

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
УРАЛЬСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ИМЕНИ ПЕРВОГО ПРЕЗИДЕНТА РОССИИ Б. Н. ЕЛЫЦИНА

МОЛОДЫЕ ГОЛОСА

ВЫПУСК 2

Сборник трудов молодых ученых

Екатеринбург
Издательский дом «ЛИТУР»
2013

СОДЕРЖАНИЕ

УДК 811.161.1'06
ББК Ш141.12

Издается по решению
кафедры риторики и стилистики русского языка
Уральского федерального университета

Научный редактор:
И. В. Шалина — доктор филологических наук,
доцент кафедры риторики и стилистики русского языка

Молодые голоса : сб. тр. / под ред. И. В. Шалиной. —
Екатеринбург : Изд. дом «ЛИТУР», 2013. — 281 с.

ISBN 978-5-9780-0619-3

Во второй выпуск сборника научных трудов «Молодые голоса» вошли статьи студентов старших курсов, магистрантов и аспирантов кафедры риторики и стилистики русского языка и кафедры русского языка для иностранных учащихся филологического факультета Уральского федерального университета имени первого Президента России Б. Н. Ельцина. Работы молодых исследователей отражают широкий круг актуальных проблем современной русистики: лексической семантики, лексикографии, лингвокультурологии, когнитивистики, жанроведения, коммуникативной прагматики, стилистики, риторики.

Издание адресовано специалистам по русистике, аспирантам, магистрантам, студентам высших учебных заведения.

УДК 811.161.1'06
ББК Ш141.12

ISBN 978-5-9780-0619-3

© Уральский федеральный университет, 2013
© Коллектив авторов, 2013

ПРЕДИСЛОВИЕ 5

СЛОВО В ЖИЗНИ И ЯЗЫКЕ ПИСАТЕЛЯ

Алукаева М. Р. Аномалии в текстах пьес молодых драматургов Урала 7

Бортников В. И., Савченко В. В. К проблеме функционирования специальной лексики со значением «материал» в качестве категориального элемента литературно-художественного перевода 14

Волкова А. А. Средства создания иронии в текстах Дмитрия Быкова цикла «Гражданин поэт» (на примере выпуска от 16.01.2012 «Задебатый») 23

Караваяева Е. В. Взаимодействие сигналов разных политических субязыков в программной речи Ксении Собчак 28

Мальцева Т. В. Рефлективы *мягко говоря* / *мягко выражаясь* как метаязыковые сопроводители эвфемизмов в современной речи 34

Плясова Г. В. Выражение эмоций собеседника в тексте политического интервью 44

Спаская К. М. Особенности функционирования жаргонной лексики в поэзии И. А. Бродского 58

Шулындина Е. В. Вербальные сигналы полиглоссии в речи современного олигарха 62

Шафаренко Н. Д. Роль цвета в книге Ю. Левитанского «Кинематограф» 66

АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ
СТИЛИСТИКИ И ЖАНРОВЕДЕНИЯ

Долгушина А. С. Современная массовая литература для детей и подростков: проблема поддержания / корректировки стереотипов 77

Истомина И. А. Ключевые слова проповеди в функции прагмем 84

Колесникова П. Л. Динамика информационно-рекламной политики в сфере образования (на материале рекламных буклетов УрГУ, УГТУ-УПИ и УрФУ) 92

Огоновская А. И. Жанровые особенности ток-шоу: к постановке вопроса 101

Пантелеева О. А. Типологическое описание врезок в глянцевого журналов 108

Рассохина Н. Н. Нестандартная стилистическая сочетаемость в границах заголовочных комплексов онлайн-газет 117

ПРЕДИСЛОВИЕ

Шишканова Е. А. Речевые способы представленности «Другого» в репортаже.....	125
Янь Янин Специфика описания в жанре газетной заметки.....	135

СЛОВО В ЯЗЫКЕ, КУЛЬТУРЕ И СЛОВАРЕ

Петкау А. Ю. Концепт здоровье : аспекты лингвистического постижения объекта	145
Лысенко М. А. Авторское воплощение концепта счастье : опыт анализа внутритекстовой парадигмы	154
Ван Вэньцзя, Гоголина Н. А. Существительные группы «семья» в русском и китайском языках (по данным словарей).....	159
Заяц С. С. «Яркие» компоненты значения лексемы мед (на материале русских народных обрядов и современных ритуалов)	166
Никифорова Н. В. Семантика лексемы один в русских фразеологизмах	173
Плеханова Л. К. Лексема пафос : развитие негативно-оценочного значения.....	180
Рочева Д. М. Системно-языковая семантика лексем терроризм / террор (по данным толковых словарей).....	186
Сидорова В. В. Структура словарной статьи метаединицы: из опыта лексикографической обработки корпуса метаоператоров	194
Серебренникова Ю. С. Графический вкус языковой свободы: к вопросу о статусе феномена неканонической визуализации слова	201
Кислицына Ю. А. Тематические группы новейших заимствований в текстах городской рекламы.....	212
Лю Я. Языковая игра в китайском интернет-общении	223

ЯЗЫКОВАЯ ЛИЧНОСТЬ В РЕАЛЬНОМ И ВИРТУАЛЬНОМ КОММУНИКАТИВНОМ ПРОСТРАНСТВЕ

Берсенева А. А. О некоторых приемах самопрезентации блогера.....	232
Кулак Н. Н. О проявлении тенденции к унификации правил пунктуации в современном русском языке	241
Лапковская Н. А. Речевой портрет телеведущего Сергея Светлакова: коммуникативно-прагматический аспект.....	246
Литовская Е. В. Создание успешного блога: динамика коммуникативной стратегии блоггера «belonika» — писателя Ники Белоцерковской.....	253
Пестерева Е. Д. Видеообращение на веб-сайте: интонационные средства воздействия	261
Соболева М. В. «Я-концепция» и «имидж» как два аспекта проявления личности говорящего.....	277

Во втором выпуске сборника научных трудов «Молодые голоса» представлены статьи студентов старших курсов, магистрантов и аспирантов кафедры риторики и стилистики русского языка и кафедры русского языка для иностранных учащихся филологического факультета Уральского федерального университета имени первого Президента России Б. Н. Ельцина. Работы молодых исследователей отражают свежий взгляд на актуальные проблемы лингвокультурологии, когнитивистики, лексической семантики, лексикографии, жанроведения, коммуникативной прагматики, стилистики, риторики, определяют перспективные направления научных исследований, осуществляемых на кафедре риторики и стилистики русского языка. В статьях В. И. Бортникова и В. В. Савченко, М. Р. Алукаевой, Е. В. Шулындиной, Е. В. Караваевой, К. М. Спасской, Г. В. Плясовой выявляется коммуникативный потенциал лексических единиц, функционирующих в оригинальных и переводных художественных текстах, устных и письменных публичных выступлениях, поднимается проблема взаимодействия субъязыков, выявляемых в речевой ткани текста, описываются сигналы полиглоссии как характеристики ярких языковых личностей.

Статьи А. С. Долгушиной, И. А. Истоминой, П. Л. Колесниковой, О. А. Пантелеевой, А. И. Огоновской, Е. А. Шишкановой, Янь Янин посвящены изучению актуальных жанров публицистического, художественного, церковно-религиозного стилей: ток-шоу, заметки, репортажа, рекламного буклета, подросткового романа, детского детектива, проповеди и др. В статьях исследуются механизмы формирования новых жанров, речевая характеристика персонажей, выявляется прагматика жанра и его культурная специфика.

В статьях Ван Вэньдзя и Н. А. Гоголиной, Д. М. Рочевой, Н. В. Никифоровой, С. С. Заяц, В. В. Сидоровой, Л. К. Плехановой, Ю. С. Серебренниковой слово предстает в разнообразных семантических связях и отношениях, рассматривается как элемент тематической группы, как графиксема, анализируется как имя концепта. Опора на различные толковые словари позволяет выявить семантические признаки значения слова, проследить тенденции развития значения, исследовать прагматический и стилистический потенциал лексемы. Изучению концептов посвящены работы А. Ю. Петкау и М. А. Лысенко. Опыт лексикографической обработки корпуса метаоператоров представлен в статье В. В. Сидоровой.

В статьях А. А. Берсеновой, Н. А. Лапковской, М. В. Соболевой, Е. Д. Пестеревой, Е. В. Литовской объектом исследования предстает языковая личность, рассматриваемая в коммуникативно-деятельностном и коммуникативно-прагматическом аспектах: описываются стратегии и тактики самопрезентации блоггера, имидж и речевая манера телеведущего, интонационные средства воздействия специалиста, выступающего с видеообращением.

Актуальная проблематика статей, внимательное отношение авторов к различным сферам языка и речи, владение современными фундаментальными и прикладными методами лингвистических исследований, функциональный подход к изучаемому материалу — надежное свидетельство того, что голоса молодых ученых-филологов будут услышаны.

*Доцент каф. риторики и стилистики русского языка,
доктор филол. наук Шалина И. В.*

СЛОВО В ЖИЗНИ И ЯЗЫКЕ ПИСАТЕЛЯ

Алукаева М. Р.

*аспирант кафедры риторики
и стилистики русского языка*

Уральского федерального университета

Аномалии в текстах пьес молодых драматургов Урала*

Речевая среда современности — главный фактор влияния на язык пьес драматургов Урала, целенаправленно использующих тенденцию к либерализации норм, которая ярко проявляется в отношении носителей современного русского языка не только к системно-языковым нормам, но и к нормам культуры, коммуникации, этики, этикета и поведенческим нормам.

В качестве материала для данного исследования были взяты тексты пьес молодых драматургов Урала: Александра Архипова «Дембельский поезд», Василия Сигарева «Черное молоко».

Оттолкнемся от работы М. А. Кронгауза, посвященной языковым процессам третьего тысячелетия. Автор выделяет три основных тенденции, меняющие культурный облик современного русского языка XXI века: «криминализация», «гламуризация», «профессионализация» [Кронгауз 2008: 18].

Процесс криминализации проявляется в «переходе “бандитских” слов в разряд общеупотребительных (*достать, наезд, бес-предел*)» [Там же: 26]. Процесс гламуризации характеризуется появлением так называемых «гламурных текстов, в которые входят слова и выражения, составляющие особый свод правил «как себя

* Работа выполнена при финансовой поддержке государства в лице Министерства образования и науки РФ (соглашение № 14.А18.21.0273, проект «Многоречие в социокультурном пространстве современной России»).

вести», «какую одежду носить», «что есть», «что читать», «куда ходить» и т. д.» [Кронгауз 2008: 33]. Эти тексты, характеризующиеся особой стилистикой, модальностью, тематикой, свидетельствуют о появлении особого социального слоя людей, стремящихся жить «красиво» и стильно. «Третья лексическая волна — профессиональная» [Там же 2008: 45]. Проявляется в смене названий профессий: например, менеджер по персоналу — *эйчар*. Причиной выбора английского варианта являются престиж и деньги. Подобная лексика осваивается носителями русского языка, которые заняты в новых и обновляемых сферах профессиональной деятельности.

В текстах пьес молодых драматургов Урала отсутствует гламурная лексика: герои пьес новой волны дистанцированы от «красивой» жизни. То же с тенденцией к профессионализации: слово *компьютер*, например, не является принадлежностью речи персонажей, у которых, как правило, нет определенного рода занятий.

Активно используется авторами тенденция к нелитературности, которая проявляется в маргинализации: герои выброшены из интеллектуального пространства. Главная тенденция, которая находит отражение в исследуемых нами текстах, — тенденция к раскультированию традиций, проявляющаяся в аномалиях. Выделим виды этих аномалий.

Первое знакомство с героями пьес происходит через перечень действующих лиц. В нем указаны имена героев (чаще клички: «Мелкий», она же *Шура*, *Женя-Алиса*), указывается их возраст: *Левчик — 28 лет, Мишаня — 55 лет, Тихон — 26 лет, Ваня — 18 лет*. Обращает на себя внимание отсутствие информации о профессиях этих людей, о роде их занятий, что создает сложность в определении их социальной роли и статуса, то есть «формально установленного или молчаливо признаваемого места индивида в иерархии социальной группы» [Горелов, Седов 1998: 134]. Так, не закреплены в социуме компаньоны Левчик и Мелкий из пьесы В. Сигарева «Черное молоко». Они продают тостеры, но полученная прибыль зависит от степени непросвещенности покупателей,

которых продавцы пытаются обмануть. Социальная позиция молодых людей оказывается неустойчивой.

Речь молодых персонажей пьес наполнена разговорно-просторечной лексикой и фразеологией: *нету, бесплатно щас и по нужде не сходишь, крикнул, залез к парням со своим уставом*; просторечными образованиями: *чейский, отсюдова, считает по-иначе, кина*; драматурги стилизуют просторечное произношение отдельных слов: *щас, че, сто семисят, сбатцай*.

В речи молодых персонажей просторечные элементы соседствуют с жаргонной лексикой. Данная особенность была описана Л. П. Крысиным при характеристике просторечия-1 [См.: Крысин 2008]. Жаргонизмы в речи персонажей маркируют их принадлежность к среде социальных низов. Просторечные и жаргонные элементы предстают как собственно языковые аномалии. Они способствуют созданию впечатления нелитературности:

Левчик. Я, блин, прикинь, тогда-то, когда поехал отсюда. Вылез, короче, на какой-то станции. Там еще хуже, чем здесь, прикинь. Но народу побольше. Школа даже есть. Короче, пришел я в эту школу. Говорю, презентацию у вас молено сделать. Сотку директору кинул. Все чики-чики. Народу собралось, короче, — все расхватали. Я, блин, сажусь на поезд и еще за партией. Поменьше, конечно, взял. Без тебя потому что. Ну, нормально вообще. Мне понравилось. Билеты влет окупаются. Публика в таких местах вообще замечательная. Зашибись публика. Как дети, ей богу. Такие бабки молено делать, ты себе не представляешь просто. Коси только и коси успевай. Коси и коси. Коси и коси.

В толковом словаре ненормативной лексики русского языка находим следующее толкование: *Зашибись* жарг. — ‘выражает восторг, восхищение’ [Квеселевич 2005: 286], *чики* жарг. — ‘о ком-либо или чем-либо красивом, ком или чем можно залюбоваться’ [Там же: 969]. Плотность нелитературных элементов зачастую превышает количество литературных, что создает аномальность языка пьес молодых драматургов Урала.

Неправильности охватывают все уровни языка. Бросаются в глаза грамматические ошибки (*детей по три-семь штук*),

холостых пуль заряжает, перед домой), а также обращает на себя внимание простота синтаксиса:

Кассирша. Перчатки бы тоже взяла. Но только лайковые. А то у меня были — в электричке забыла. Я ж сама не местная. Работаю тут только. На электричке приезжаю. Два года уже как.

В маргинальной языковой среде вырабатывается «свой узус», свои представления о должном и правильном. Аномальными признаются литературные речевые образцы:

Мелкий. Я ей сказала, что жизнь поменять никогда не поздно.

Левчик. Ну, ты, Мелкий, вообще кукушки лишилась. Кошмар. Тебя в психушку надо будет показать. У тебя-то и базар какой-то стал нездоровый.

В анализируемых пьесах количество женских образов невелико, но и они не гармонизируют изображаемую жизнь. Например, женщина по имени *Шура* в первую очередь номинируется как *Мелкий*. Используемое как кличка субстантивированное прилагательное в форме мужского рода деформирует тендерный статус персонажа, нейтрализует родо-половую оппозицию. Ничтожность личности подчеркивается лексически: кличка *Мелкий* употребляется как знак уничижительности: ‘не имеющий большого значения, несущественный; не требующий больших затрат, усилий’ [СОШ 2003: 340]. В данном случае проявляется аномальная «маскулинизация общества» [Купина, 2006: 40]. Отметим также, что женская речь персонажей не отличается от мужской: она наполнена просторечными элементами, жаргонной, бранной и нецензурной лексикой. Так, *Мелкий* («Черное молоко») ни в чем не уступает *Левчику* в словесной перепалке, которая усиливается речевой тактикой отзеркаливания:

Левчик. Ой, блин. Достала уже со своим животом.

Мелкий. Сам достал. До самых glands.

Левчик. Да пошла ты.

Мелкий. Сам иди. Чмо... с анальным отверстием на голове.

Согласно Большому словарю русского жаргона В. М. Мокиенко и Т. Г. Никитиной: *доставать* — ‘надоедать, изводить кого-л.’

[Мокиенко, Никитина 2001: 93]; *чмо* — ‘первоначально употр. как аббрев. Человек, морально опустившийся’ [Там же: 704], *заглохнуть* — ‘замолчать’ [Там же: 116].

«Речевая агрессия свободно, без прикрытия соединяется с физическим насилием» [Купина 2007: 5]:

Левчик бьет его (Мелкого) кулаком в живот. Мелкий меняется в лице, отступает, глотая воздух. Потом приседает и ложится на пол.

В условиях непринужденного общения герои часто говорят о том, о чем говорить не принято. Например, детабуизируется сексуальная тематика: *Кассирша.* А Варька у меня дочка, так ей замуж срочно надо. А то ведь двадцать пять годочков, а еще ни под одним мужиком не была. Страшненькая шибко. Но это понятно от чего. Хотеечки это, это пройдет, как только жизнью этой начнет жить.

Языковые аномалии сочетаются с этическими и этикетными. Запретная тема абортов выносится на всеобщее обозрение, «отсутствуют представления о непозволительном, неприличном» [Купина 2006: 48]. Нравственные аномалии составляют доминанту аномальной жизни персонажей:

Левчик. Да че ты! А сколько я бабок выкинул, чтобы ты родить смогла, не помнишь, случайно? А? Ну-ка, скажи, сколько ты абортов сделала, пока ходила, трахалась на каждом углу. Сама, поди, не помнишь? Хочешь, скажу? Карточка у тебя такая есть, знаешь? Из женской консультации такая. А там такая графа есть еще. Аборты называется. А напротив нее циферка. Знаешь, какая циферка? Двухзначная циферка. Вот так вот. Двадцать или пятнадцать циферка. Вот так вот...

Мелкий. Я отдам тебе... потом.

Левчик. Я че спору, что ли? Вот, когда отдашь, тогда и забереешь ее (дочь).

В этой сцене *Левчик* предлагает *Мелкому* заплатить за их дочь, чтобы она осталась с матерью (с *Мелким*). Даже рассуждая о собственной дочери, *Левчик* использует схему «товар — деньги». «В текстах молодых драматургов Урала наблюдается вербализация

новой морали, основанной на купле-продаже» [Купина 2007: 5]. Грубая, бранная речь создает впечатление цинического отношения к жизни. Цинизм Левчика распространяется на все, что не может в ближайшие сроки принести доход:

Левчик. *Лева уже думает, как он **Россию возрождать** будет. И как ему памятник потом поставят за это из чистого золота. Посмертно. А потом **благодарные потомки** прочтут в учебниках истории параграф про Лева. С картинками. Вот Левчик делает первый шаг на нелегком пути возрождения России — продает квартиру. Вот он забивает последний гвоздь в тело восстановленной лесопилки... Вот он строит крупнейшую в мире ГЭС на местной речке-говноточке.*

Естественная для молодого поколения тяга к идее заменяется тягой к деньгам и немедленному обогащению:

Левчик. *Давай лучше о возвышенном поговорим. Знаешь, сколько у нас с тобой **бабок**? («Черное молоко»),*

Женя. *В Москве есть институт, я слышал, там на писателей учат. Ты после армейки, да с ранением еще — там тебя с руками оторвут. На тройки сдашь зачеты всякие, ну, стихотворение прочитаешь. И все, потом писать будешь там всякое, книги печатать. **Денег не меряно**, бабы просто вешаться будут. («Дембельский поезд»).* Присущий русскому сознанию космоцентризм отсутствует, тематика замыкается на сиюминутном. Последнее свидетельствует о деформации национального характера, национального типа.

Предпочтения материального духовному — основа новой морали, аномальность которой ощущается некоторыми героями:

Мелкий. *Она (дочь) же будет только **шмотки и деньги любить**.*

Левчик. *И че? Классно же. Зашибись же. Я хочу, чтоб так...*

Мелкий. *Левочка, пожалуйста! Отпусти нас, Левочка...*

Левчик. *Плати. **Щас все денег стоит**.*

Социально-культурные аномалии проявляются в утрате установленных обществом социальных ролей; в обстановке «не обманешь — не заработаешь»; в подмене действительности иллюзиями.

Замкнутость пространства, а также отсутствие личностного пространства, не соответствующие ментальным представлениям о пространстве широком, вольном, — сами по себе аномальны — становятся организующим фактором развития действия, концентрирующим особенности поведения (в том числе и языкового) персонажей пьес.

Таким образом, зона интересов персонажей пьес молодых драматургов Урала отстранена от продуктов гуманитарной культуры и их производства; неучастие в культурном строительстве, отчуждение активной жизни — все эти явления представлены «как есть» в языке. Так, мы можем говорить о «лингвистическом натурализме» [См.: Быков, Купина 2006: 105–106], основной приметой которого является достоверность. Лингвистический натурализм «создает иллюзию вседозволенности, но фактически демонстрирует полную подчиненность человека говорящего среде языкового обитания» [Там же]. Напрашивается вывод о том, что герои пьес являются представителями социальных низов, и все речевые аномалии свидетельствуют об аномальности жизни.

ЛИТЕРАТУРА

Горелов И. Н., Седов К. Ф. Основы психолингвистики. М.: Лабиринт, 1998.

Кронгауз М. А. Русский язык на грани нервного срыва. — М.: Знак: Языки славянских культур, 2008.

Крысин Л. П. Современный русский язык. Активные процессы на рубеже XX–XXI веков. — М.: Языки славянских культур, 2008.

Купина Н. А. Лингвистический натурализм текстов массовой литературы как проблема ортологии. // Русский язык сегодня: сб. ст. / Рос. акад. наук; Ин-т рус. яз. им. В. В. Виноградова. — М., 2006.

Купина Н. А. Маргинальная языковая личность: взгляд молодых драматургов Урала // Русская литература в формировании современной языковой личности: материалы конгр. / С.-Петерб. гос. ун-т. — СПб., 2007.

Купина Н. А. Речевой мир молодых драматургов Екатеринбурга // Языкохудожественной литературы. Литературный язык: сб. ст. к 80-летию М. Б. Борисовой. — Саратов: Изд-во «Научная книга», 2006.

СЛОВАРИ

Мокиенко В. М., Никитина Т. Г. Большой словарь русского жаргона. — СПб.: «Норинт», 2001.

Квеселевич Д. И. Толковый словарь ненормативной лексики русского языка: ок. 16 000 слов / Д. И. Квеселевич. — М.: Астрель: АСТ, 2005.

Ожегов С. И. и Шведова Н. Ю. Толковый словарь русского языка. — 4-е изд., доп. — М.: Азбуковник, 2003.

Бортников В. И.

*аспирант кафедры риторики и стилистики
Уральского федерального университета,*

Савченко В. В.

*студентка 1-го курса ф-та международных отношений
Уральского федерального университета*

К проблеме функционирования специальной лексики со значением «материал» в качестве категориального элемента литературно-художественного перевода*

Свойство литературного текста «имитировать определенный тип коммуникации» [Майенова 1978: 433] реализуется в художественном произведении через сторону внутреннюю и внешнюю. Внутреннее, эстетическое, переосмысление реальности, будь то реальность общения или реальность молчания, означает, что выстраивается коммуникация с этой реальностью, т. е. автор вступает с реальностью в диалогические отношения. При этом эстетическое преломление реальности при взаимодействии с нею автора (достаточно полно описанное в научных работах) не отрицает внешней, информативной, стороны любой текстовой

* Работа выполнена при финансовой поддержке государства в лице Министерства образования и науки РФ (соглашение № 14.А18.21.0273, проект «Многоречие в социокультурном пространстве современной России»).

структуры — а именно факта передачи текста-сообщения автором-отправителем читателю-реципиенту. Индивидуальность этого преломления логически подразумевает, что каждый возникающий во времени текст или текстовый вариант уникален и неповторим.

Если понимать художественный перевод как вариант исходного текста (оригинала), а в переводчике видеть соавтора поэту или писателю-творцу, то возникает мысль о деривации литературно-художественного текста через посредство его переводных вариантов на других языках. Действительно, деривация предполагает производность исходного элемента при сохранении основы, или структуры, последнего во всех результирующих единицах (дериватах). Такое определение позволяет относиться к переводу как тексту тому же, что и исходный, и одновременно как к тексту самостоятельному, синтезирующему оригинальное и новое, собственно-авторское и собственно-переводческое. Разграничение этих двух сторон гипотетически позволяет оценить своеобразие художественного перевода, ибо оценке простой, будь то балл или рейтинг, перевод как литературный текст едва ли поддастся*.

Настоящая статья в качестве предмета рассматривает лексические единицы переводного текста, на первый взгляд достаточно устойчивые в плане межъязыкового соответствия. Семантическая группа «материал» имеет значительную вероятность пересечения с терминосферой — лексическим пластом, тяготеющим к однозначности при подборе переводного эквивалента. Впрочем, и без подбора слов типа *текстолит*, *корунд*, *стекловолокно* легко вообразить того, кто только начал изучать иностранный язык, заучивающим для *лёд* соответствие *ice*, для *кирпича* — *brick*, для *бумаги* — *paper*, а затем, после долгого опыта изучения, не умеющим дать этим соответствиям хотя бы по одному синониму. Сколько бы длительным ни был опыт и при этом сколь бы обширным объемом синонимического ряда язык ни располагал бы, лексика подобного рода, сохраняя свое тяготение к специальной, стремится к единственному закреплению в межъязыковых параллелях.

* О трудности оценок художественного перевода см.: [Крупнов 1976: 57–60 и далее].

Мы предполагаем, что эту единственность стремится разрушить художественный текст, чье своеобразие и индивидуальность ведут к размыканию даже тех случаев, когда самый специальный термин имеет только одно соответствие. Художественная рецепция переводчика достаточно сильна, чтобы произвести эстетическую трансформацию и всем известного, и никому не известного материала, чтобы соотнести последний с другой семантической группировкой — и тем самым заставить соответствующую лексику заиграть всеми переливами сопряженной части общетекстового смысла. Последнее умозаключение требует учета, наряду с отдельными межтекстовыми параллелями, и соотнесения отдельных лексико-семантических репрезентаций с текстовыми категориями как отражателями общего смысла текста. Таким образом, исследование семантической группы «материал», сопоставительное по природе соотношения оригинала и перевода (последнее есть актуальная в современной теории языка задача), предполагает опору на категории как текста, так и языка (т. е. на «множество единиц, попарно связанных отношениями корреляции» [Городецкий 1969: 343]) — отсюда выход и на внешне-коммуникативный потенциал перевода как текста, способствующего сохранению оригинала посредством воссоздания средствами другого языка.

Две фазы исследования обусловлены разнородностью анализируемых текстов: в первой части исследуется группа «материал» в лексических репрезентациях малого лирического текста (элегии «*The Passionate Shepherd — to His Love*» К. Марлоу [Marlowe 1981: 72] в переводе И. Жданова [Марлоу 1981: 73]), во второй — та же группа в лексических репрезентациях довольно объемного прозаического текста («*451° Fahrenheit*» Р. Брэдбери [Bradbury 1999] в переводе Т. Шинкарь [Брэдбери 2000]). Как будет видно из следующей ниже интерпретации содержания, тексты едва ли имеют сколько-нибудь значительную сюжетную близость — именно это отсутствие и призвано показать общность переводческих тактик при расширении семантических границ специальной лексики в художественном тексте.

Буколическая элегия Кристофера Марлоу (XVI в.) создана в жанре послания. Иначе говоря, весь текст, состоящий из шести катренов, мыслится как слова обращения пастуха к пастушке, т. е. коммуникация имитируется со стороны только одного говорящего, призывающего любимую прийти. Этой спецификой обусловлена и структурно-композиционная концентрация единиц семантической группы «материал» в той части стихотворения, где речь заходит о посулах, выразимся тавтологически, материального плана. Ср. в начале произведения:

*Открыты нам полей простор,
Леса, долины, кручи гор.*

Посулом является само природное пространство, только начинающее детализоваться и потому еще не включающее семантику «материал». Однако когда локус сконцентрировался до точки, где девушка (как предполагается) сядет подле «страстного пастуха»*, последний начинает с тем же пылом облагораживать эту локативную позицию:

*There will I make thee a bed of roses
And a thousand fragrant posies.
...and a kirtle
Embroider'd all with leaves of myrtle.*

Итак, «материалом» для создания сулимых подарков, или, как мы будем их здесь называть, посулов (*букет — posy, ложе — bed, передник — kirtle*), служат исключительно природные микрообъекты: *розы, листья мирта*. В русском переводе И. Жданова данный отрезок передан так:

*Цветы вплету я в шелк волос
И ложе сделаю из роз.*

Группа «материал» оказалась расширена за счет метафоры *шелк волос*: пастух помещает в поле безусловно положительной тональности не только посулы, но и конечный объект их

* В заглавии перевода И. Жданова так. См.: [Марлоу 1981: 73].

предназначения. Можно сказать, что в идеальное место не может прийти неидеальная возлюбленная. Таким образом, семантическое сопряжение группы «материал» и текстовой категории тональности оказывается результативно значимо для дальнейшего продуцирования репрезентаций, согласуемых с общетекстовой модальностью. В исходном тексте оригинала содержится, по-видимому, потенциал для такого продуцирования, улавливаемый переводчиком и формально выражаемый уже в вариантном (в нашем случае — русском) тексте.

В катренах 4 и 5 (ст. 13–18) лексические наборы с семантикой «материал» в значительной мере сохранены: *wool* — *шерсть*, *ivy* — *плющ*, *amber* — *янтарь*. Не переданной в русском переводе оказалась единица *coral*, соотносимая в ИТ с застежками (*coral clasps*). С отсылкой на более масштабные исследования можно, вероятно, было бы говорить о несвойственности *кораллов* русской языковой картине мира; в выборе между *coral clasps* and *amber studs* предпочтения переводчика оказываются закономерно ближе *янтарю*. Несложно понять, что набор «материалов» от опущения коралла количественно не оказывается пострадавшим за счет весьма выразительного *шелк* в третьем катрене.

Поскольку учесть абсолютно все пересечения семантической группировки «материал» с каждой текстовой категорией не представляется возможным хотя бы потому, что точный набор ТК в научной литературе определяется по-разному, мы укажем в рамках статьи лишь на некоторые связи с тремя категориями, гипотетически наиболее часто рассматриваемыми при сопоставлении текстов и дающими наиболее дифференцированный результат такого сопоставления: тональностью, хронотопом, темой. «Материал» для безусловно положительных объектов логически становится сам безусловно положительным, т. е., как было сказано выше, подчиняется общетекстовой тональности. В аспекте сопряжения с категорией хронотопа лексемы группы «материал» естественным образом связываются с пространством (ибо последнее, а отнюдь не идеальное, желаемое время, организуется вокруг возлюбленной). Что же касается категории темы, то каждый из материалов

оказывается помещен в позицию промежуточную между материальным объектом дарения и одушевленным объектом желания: от лица «я» речь выстраивается по модели «сделаю тебе из <материала> подарок». Сами подарки, как следствие, выходят из зоны тематической цепочки события, а номинации «материал» помещаются в позицию добавочного актанта между субъектом-объектом и событием изготовления-дарения, актанта взаимно связующего эти противоположности.

Теперь рассмотрим, сохраняются ли указанные сопряжения в оригинально-переводном соотношении «материалов» более объемного и уже прозаического текста.

«451° по Фаренгейту» — научно-фантастический роман-антиутопия Рэя Брэдбери, повествующий об обществе, которое не позволяет людям критически мыслить и которое делает всё возможное, чтобы заставить людей отказаться от чувств. Главный герой произведения — Гай Монтэг — работает пожарником, но писатель по-другому трактует эту профессию. В книге Брэдбери пожарники — это люди, разжигающие огонь для уничтожения книг, а не гасящие его.

Род деятельности главного героя во многом предопределяет употребление существительных с семантикой «материал» — а именно с референцией к тем веществам, из которых сделаны предметы. К этой группе относятся следующие лексемы: *brass* — *медь*, *copper* — *медь*, *coal* — *уголь*, *ash* — *нагар*, *cinder* — *пепел*, *charcoal* — *зола*, *kerosene* — *керосин*.

Необходимо отметить, что в некоторых случаях переводчик присваивает различным словам одни и те же номинации (как в случае с *brass* и *copper*, которые на русском получили эквивалент *медь*). А в других случаях переводчик не прибегает при переносе текста к очевидным и явным лексемам, а старается их заменить на нечто более подходящее по контексту (например, номинацию *ash* имеет словарным соответствием *пепел* [Мюллер 2010: 37], а не *нагар*, но переводчик предпочел второй вариант).

Компонентный анализ как ступень анализа предкатегориального позволяет нам заметить, что основное различие между словом

в оригинале и словом, переведенном на русский язык, заключается в дифференциальной семе. Это логично, поскольку дифференциальная сема содержит в себе оттенки значений и признаки, отличающие обозначенный предмет от ряда других предметов того же класса. Особенно различаются ДС следующей пары слов: *ash* — *нагар*. В толковом словаре *нагар* приравнивается к лексеме *окалина*, чья ДС не содержит в себе той информации, которая встречается в определении слова *ash*.

Коннотативные семы как связанные «с отношением субъекта к отражаемому в слове явлению или какой-либо составляющей речевого акта» [Матвеева 2010: 155], нами в группе «материал» не идентифицированы (это касается и стихотворения К. Марлоу, и романа Р. Брэдбери), поскольку крайне сложно дать эмоциональную оценку лексемам этой группы.

Переводчик в данном случае ничего не добавлял и не удалял, он лишь искал подходящие эквиваленты встречающимся номинациям. Это основное различие в переводах эпоса и лирики. Вероятно, в качестве предварительного заключения можно сделать вывод о том, что лирический текст склонен к большим изменениям в процессе его переноса с одного языка на другой.

Как и в случае с элегией Марлоу, «материал» у Брэдбери не входит в зону тематических цепочек текста. В центре обоих произведений стоит субъект-преобразователь: в буколической элегии — оформитель природных даров, в романе-антиутопии — разрушитель культурного основания общества. В первом случае лексика семантической группы «материал» оформляет подарки («инструменты приманки возлюбленной»), является их источником, во втором — инструменты разрушения, при этом также являясь источником изготовления этих инструментов. Тем самым исследуемая лексико-семантическая группа выводит нас к относительно большей сюжетно-фабульной усложненности эпического текста сравнительно с лирическим: материал в эпосе проходит как бы еще одну стадию обработки перед своим функциональным использованием.

Из сказанного логически следует, что «материал» у Брэдбери (1) является также средоточием локативности в ее доминировании над темпоральностью; и (2) оценивается также безусловно положительно с точки зрения текста, т. е. помещается в положительную общетекстовую тональность. Иначе говоря, положительная оценочность наводится на единицы исследуемой группы, не обладающие собственно коннотативной нагрузкой. Эта «положительность», однако, оказывается мнимой в соответствии с авторским антиутопическим замыслом [Рабинович 2001] — изображать отрицательное как положительное.

Представленный выше краткий очерк сопоставительных наблюдений над функционированием лексической группы «материал» в двух совершенно не близких художественных текстах и их переводах требует вывода о категориальной значимости соответствующих единиц как репрезентаций, а также о переводческих стратегиях, связанных с передачей этих репрезентаций.

Говоря о теме, хронотопе, тональности как категориях, достаточных для сопоставительного анализа оригинала и перевода [Бортников 2012: 4–9], мы указываем в качестве вывода на то, что слова группы «материал» соотносятся с пространством как элементом хронотопа. Это логично, так как материал — вещество, из которого состоят различные предметы, а предметы ограничены и располагаются в пространстве. Временной компонент в функциональной семантике «материала» должен, вероятно, быть связан с процессом переработки или изготовления соответствующего предмета; поскольку и элегия Марлоу, и роман Брэдбери помещают «подарки-инструменты» в план уже сделанных, изготовленных, т. е. в план художественно-временной перфектности.

Тяготение переводчика к сохранению каждой отдельной номинации материала как объект нашего предположения подтверждается с учетом возможности вариантного добавления «материальной» семантики (*шелк волос*) или слияния отдельных эквивалентов в переводной инвариант (*brass, nozzle* → *медь*). Эти вариантные изменения могут служить полезным материалом для новейших исследований трансформационных механизмов в теории текста

(предложенных А. А. Вейзе, Ю. Н. Земской), равно как и в теории перевода (теории трансформаций Я. И. Рецкера, В. Н. Комиссарова и пр.) — эти механизмы составляют еще одну область пересечения этих отраслей лингвистического знания.

ЛИТЕРАТУРА

Бортников В. И. Текстовые категории как основание для сопоставления переводного и оригинального текстов последней трети XVIII века : автореф. маг. дисс. — Екатеринбург: [б. и.], 2012. — 18 с.

Городецкий Б. Ю. К проблеме семантической типологии. — М. : Изд-во МГУ им. М. В. Ломоносова, 1969. — 564 с.

Крупнов В. Н. В творческой лаборатории переводчика. Очерки по профессиональному переводу. — М. : Международные отношения, 1976. — 182 с.

Майенова М. Р. Теория текста и традиционные проблемы поэтики // Новое в зарубежной лингвистике. Вып. VIII. М. : Издательство литературы на иностранных языках, 1978. — С. 425–441.

Матвеева Т. В. Полный словарь лингвистических терминов. — Ростов н/Д. : Феникс, 2010. — 562, [1] с.

Мюллер В. К. Новый англо-русский словарь. 15-е изд. — М. : Рус. яз. — Медиа, 2010. — 946 с.

Рабинович В. С. Олдос Хаксли: эволюция творчества. Екатеринбург : Урал. лит. агентство, 2001. — 448 с.

Marlowe K. The Passionate Shepherd — to His Love // Английская поэзия в русских переводах (XIV–XIX вв.) : сб. / сост. М. П. Алексеев, В. В. Захаров, Б. В. Томашевский. На англ. и рус. яз. — М. : Прогресс, 1981. — С. 72.

ИСТОЧНИКИ

Брэдли Р. 451° по Фаренгейту; Рассказы / пер. с англ. Т. Шинкарь. — СПб. : Азбука, 2000. — 384 с.

Марлоу К. Страстный пастух — своей возлюбленной (пер. И. Жданова) // Английская поэзия в русских переводах (XIV–XIX вв.) : сб. / сост. М. П. Алексеев, В. В. Захаров, Б. В. Томашевский. На англ. и рус. яз. М. : Прогресс, 1981. — С. 73.

Bradbury R. Fahrenheit 451. — New York : Del Rey Book, 1999. — 179 pp.

Волкова А. А.

студентка 3-го курса

Уральского федерального университета

Средства создания иронии в текстах

Дмитрия Быкова цикла «Гражданин поэт» (на примере выпуска от 16.01.2012 «Задебаты»)

Ирония — феномен с широким понятийным полем, поэтому определений иронии существует множество, в зависимости от широты восприятия этого феномена каждым исследователем. Например, ирония толкуется как собственно языковой приём (троп или фигура иронии); способ полемики или ведения диалога (майевтика Сократа); структурный принцип художественного произведения; эмоционально-ценностная ориентация человека, его жизненная установка; средство самозащиты, компенсация личности (психоаналитическая трактовка иронии); онтологическая категория, подменяющая трансцендентные сущности («мировая ирония», «ирония судьбы») и т. д. [См.: Иванова 2006].

О. П. Ермакова относит иронию к «виду языковой манипуляции, которая заключается в употреблении слова, выражения или целого высказывания (в том числе и текста большого объема) в смысле, противоречащем буквальному (чаще всего в противоположном) с целью насмешки» [Ермакова 2005: 7]. Глубинную семантическую структуру иронии автор видит в перевёрнутых (алогичных, противоестественных, часто абсурдных) причинно-следственных отношениях [Ермакова 2005: 41–51].

С. И. Походня считает иронию формой оценочного, критического, эмоционального освоения действительности: «...ирония как языковое явление представляет собой уникальную, единственную в своем роде возможность реализации скрытой субъективно-оценочной модальности отрицательного типа» [Походня 1989: 9].

В данном анализе мы рассматриваем иронию как развернутый троп, смысл которого заключается в противоречии между буквальным и скрытым смыслом. Такое рассмотрение иронии традиционно

и представлено во многих работах [См.: Ермакова 2005; Никитина, Васильева 1996; Походня 1989].

Следует подчеркнуть, что ирония имеет коммуникативный характер и немыслима вне контекста общения. Знание общественно-политических реалий современной жизни для декодирования таких текстов, как верификации «Гражданина поэта», является важным фактором, несмотря на то, что авторы дают справку о конкретном событии, послужившем поводом для стилизации.

Ирония проникает во все слои текста, реализуясь на идейно-тематическом, сюжетном и образном уровнях. Для её полноценной интерпретации лексический и фразовый уровни оказываются недостаточными. Как правило, читательская рецепция иронии в тексте предполагает не столько присутствие сигналов иронии, сколько наличие фоновых знаний, прежде всего знания контекста (в ролике изначально приводится основной контекстный факт — отказ В. В. Путина участвовать в предвыборных дебатах; а также знание прецедентного текста — на выступлениях на экране дается прецедентный текст).

В разговорной речи сигналами иронии могут быть покашливание, мимика, жесты, определенная интонация [Вайнрих 1987: 78]. В письменной речи, это в основном лексические и стилистические средства.

В выпуске проекта «Гражданин поэт» в качестве прецедентного использовано стихотворение Агнии Барто «Болтунья». Приведем полностью анализируемый текст, который автор назвал «Задебатый»:

Всё продумали давно, / Чтоб я избрался заново, / Но как-то вдруг гляжу в окно — / И вижу там Зюганова! / Он говорит: «Иди сюда ты — / Я хочу с тобой дебаты». / А болтать-то мне когда? / Мне болтать-то некогда. / Я и так до старости / У вас в палате старости, / А может, и до дряблости / Я буду тут как раб грести. / У вас ни сил, ни лидера, / Вы зажирили, видимо, / А чуть прервем наш коитус — / Вы сразу же накроетесь. / А ты, цековское пальто, / Живой курьез истории, / Ты просто неизвестно кто, / Чтоб мы с тобою спорили! / За меня еще в завале / Все уже голосовали, /

А сейчас за колбасу, / Я вообще на них нассу. / Они шумят, мне все равно, / Гадаю, сделать блин кого — / Но вдруг опять гляжу в окно / И вижу там Явлинского. / Он говорит: «Иди сюда ты, / Я хочу с тобой дебаты». / Но мне с моими близкими / Смешно болтать с огрызками! / У меня и так работа, / А мне еще летать охота, / Впахивать с колхозником, / Бредить с коматозником, / Плыть в морях, ходить во храм, / Гладить деток по вихрам, / Всех пугать, за всеми зырить, / Гнать, держать, пилить и тырить, / Целовать тигрицу в пуп — / А ты уже по ходу труп! / Так и врезал как в кино. / Ведь мой девиз — естественность. / Но через час гляжу в окно — / И вижу там общественность! / Я говорю: «Вам что, дебаты?» / А они: сдавай дела ты. / Поищи себе, Володь, / Других каких-нибудь пороть. / Я говорю им: вашу мать, / Вы, видно, перебрали. / Да как вы можете менять / Меня на переправе? / Я говорю, на вас креста нет, / Вы рехнулись к февралю, / Без меня у вас не встанет / Даже солнце, говорю! / Вам самим-то не смешно / Искать себе нормального? / Но вдруг опять гляжу в окно — / И вижу там Навального. / Он злобно зыркает, паскуда, / Говорит: «Иди отсюда». / А иди-то мне куда? / Мне иди-то некуда! / Ведь итог перезагрузки — / Той, что я затеял тут, — / По-немецки и по-русски / Называется капут.

Рассмотрим приемы создания иронии в приведенном тексте Дмитрия Быкова:

Несоответствие стиля описания предмету речи (выбор прецедентного текста для стилизации — детский стишок Агнии Барто не соотносим с темой — выборами президента): примером иронии как приёма может служить несоответствие стиля описания предмету речи, например, описание ничтожных событий в высоком стиле [См.: Никитина, Васильева 1996].

Смешение стилей, а именно употребление просторечной и жаргонной лексики, резко выделяющееся с учетом выбора прецедентного текста (детский стишок): «*накроетесь*», «*нассу*», «*блин*», «*зырить*», «*врезал*», «*вашу мать*», «*рехнулись*», «*паскуда*» [Толковый словарь русского языка с включением сведений о происхождении слов 2008]; употреблен эвфемизм (*коитус* — половой акт,

мед. спец. [Там же]) в контексте огрубляет, придает сниженную окраску, т. к. это обозначение из области телесного низа («а чуть прервем наш коитус, вы сразу же накроетесь»);

Перифраз («цековское пальто», «живой курьез истории» = Зюганов — отсылка к советскому прошлому);

Прямые оценки («ты просто неизвестно кто» = Зюганов, «паскуда» = Навальный);

Языковая игра («с огрызками» отсылка к партии Явлинского «Яблоко»);

Ряд однотипных конструкций («а мне еще...») многообразие перечислений — своеобразная отсылка к тому, что Путин мало работает («у меня и так работа, а мне еще...») или, точнее говоря, делает множество «неважных, негосударственных» дел; кроме того звуковая переключка со школьной поговоркой о неправильных глаголах («гнать, держать, пилить и тырить» = гнать, держать, смотреть и видеть, ненавидеть и терпеть и т. д.);

Оценка говорящего совместно с утверждением от обратного («Вам самим-то не смешно / Искать себе нормального?» — значит он «ненормальный»). Ср.: «Говорил собака Калинин-царь да таковы слова: Ай же старья казак да Илья Муромец! не служи-тко ты князю Владимиру. Да служи-тко ты собаке царю Калину». Пейоративная номинация Калина-царя попадает в прямую речь самого Калина-царя, и он оказывается автором номинации.

Субъектная организация повествования — от первого лица, то есть речь самого Путина (что подтверждается некоторыми всем известными фактами: «Но мне с моими близкими» — высокие чины в современной России; «так и врезал, как в кино, / ведь мой девиз — естественность» — об увлечении президента дзюдо; также оценка — «Без меня у вас не встанет, / даже солнце говорю!»); кроме того, отсылка на прецедентное высказывание самого В. В. Путина «как раб на галерах» — переделано в «Я буду тут как раб грести»);

Прием умолчания (в видео: «А сейчас, за колбасу, / Я вообще на них (наассу)»), ведущий к снижению, примеры которого можно

найти и в других частях текста (например, «Без меня у вас не встанет, / даже солнце говорю»);

Фамильяризация (нарушение ты-вы-отношений: обращение на ты к первому лицу государства — «Иди сюда ты, / Я хочу с тобой дебаты», «иди отсюда», «сдавай дела ты», «Володь»).

Обобщая проведенный анализ, можно сказать, что объектом иронии Дмитрия Быкова является как личность самого В. В. Путина, так и проводимая им политика. Иронический эффект достигается в основном при помощи снижения стиля повествования, за счет того, что Путин и автор становятся на одну ступень, находятся вне социальной лестницы.

ЛИТЕРАТУРА

Вайнрих Х. Лингвистика лжи // Язык и моделирование социального взаимодействия / общ. редакция В. В. Петрова. — М. : [б. и.], 1987. — С. 76–81.

Ермакова О. П. Ирония и ее роль в жизни языка. Калуга : Изд-во Калуж. гос. пед. ун-та, 2005. — 204 с.

Иванова И. Н. Типология и эволюция иронии в поэзии русского модернизма (1890–1910). — Ставрополь : [б. и.], 2006. — 39 с.

Никитина С. Е., Васильева Н. В. Экспериментальный системный толковый словарь стилистических терминов. М. : РАН, 1996. — 172 с.

Походня С. И. Языковые виды средства реализации иронии. Киев : Наукова думка, 1989. — 128 с.

СЛОВАРИ

Толковый словарь русского языка с включением сведений о происхождении слов / отв. ред. Н. Ю. Шведова. — М. : Изд. центр «Азбуковник», 2008. — 1175 с.

Караваева Е. В.
студентка 3-го курса

Уральского федерального университета

Взаимодействие сигналов разных политических субъязыков в программной речи Ксении Собчак*

Материалом для анализа послужило выступление Ксении Собчак на митинге в Москве, на проспекте Сахарова 24 декабря 2011 г. Цель программного выступления Ксении Собчак (далее также КС) — презентация стратегии формирования новой оппозиционной партии: автором речи декларируется необходимость создания такой партии, которая бы наследовала политические взгляды, отраженные в деятельности отца КС и его единомышленников: *мой отец, Анатолий Александрович Собчак был одним из тех, кто писал Конституцию РФ*. В то же время КС противопоставляет себя современной оппозиции, хотя говорит, что выступает против власти.

В процессе лингвориторического анализа будем опираться на концепцию Ю. М. Скребнева, который выделил три класса языковых единиц, обслуживающих субъекты: 1) «абсолютно специфические единицы, свойственные лишь данному субъекту, индивидуально характеризующие его, отличающие его от других субъектов»; 2) «относительно специфические единицы, принадлежащие более чем одному субъекту, характеризующие группу смежных субъектов»; 3) «неспецифические (нейтральные) единицы, общие для всех потенциально выделяемых субъектов, составляющие основу каждого субъекта» [Скребнев 1985: 22].

Отметим, какие именно сигналы политической идентичности присутствуют в анализируемой речи.

Собственное имя *Ксения Собчак* употребляется как известный бренд: *Здравствуйте, я – Ксения Собчак, и мне есть что терять,*

но тем не менее я здесь... КС ассоциируется со светской элитой, и это единственный сигнал, который имплицитно указывает на то, что здесь, на Болотной площади, эта элита представлена. Бренд-номинация имеет свой культурно-фонный смысл, не объединяющий, однако, в особый лингвокультурный временный коллектив участников митинга «За честные выборы». Знак-бренд стимулирует коллективное скандирование митингующими призыва — *Уходи!* Протестный призыв исключает КС из круга «своих».

В тексте употребляются другие собственные имена, которые можно отнести к сигналам субъекты. *Анатолий Александрович Собчак* — сигнал политического субъекта демократии конца XX века; *Б. Акунин, Ю. Ю. Шевчук и Л. Г. Парфенов* — сигналы субъекта либеральной оппозиции. За каждой номинацией стоит свой культурно-фонный смысл. *Борис Акунин* известен общественности как писатель, автор популярных текстов; *Юрий Шевчук* — рок-музыкант, основатель и участник группы ДДТ, который в своих песнях часто выступает как оппонент власти; *Леонид Парфенов* — тележурналист, который в своих письменных и устных текстах выступает как аналитик советской и постсоветской культуры. Все они присоединились к требованию «За честные выборы», обозначенному в призыве митингующих, однако никто из современных интеллектуалов не является членом определенной политической партии.

К субъекту власти можно отнести единицы: *Кремль, Единая Россия, власть*.

К субъекту политической оппозиции относится прежде всего само слово *оппозиция*, которое является ключевым и используется в основном значении — «группа лиц внутри какого-нибудь общества, организации, партии, ведущая политику противодействия, сопротивления большинству» [СОШ 2006: 456]. В своей речи КС разделяет эту группу на тех, кто *борется за власть*, и на тех, кто *готов влиять на власть*. Слова *митинг, Болотная* также можно отнести к специфическим единицам субъекта оппозиции. *Болотная* — топоним, который вскоре после проведенного 10 декабря 2011 года митинга стал символом оппозиционности

* Работа выполнена при финансовой поддержке Минобрнауки РФ (проект «Многоречие в социокультурном пространстве современной России». Соглашение №14.А18.21.0273)

и употребляется без слова *площадь*. Слова *партия*, *движение* относятся к общеполитической речи, но, с точки зрения КС, должны войти в язык нового демократического объединения в качестве специфических.

В анализируемой речи есть и сигналы советского субъязыка: *вождь*, *революция*, *гражданская война*. Эти идеологемы, по мнению КС, взяты на вооружение некоторым оппозиционным движениям современности. Последние оцениваются как неприемлемые. Лингвистический статус идеологемы обосновала Н. А. Купина, определившая идеологему как «языковую единицу, семантика которой покрывает идеологический денотат или наслаивается на семантику, покрывающую денотат неидеологический» [Купина 2000: 183].

Темпоральная организация речи КС включает несколько периодов. Первый — «здесь и сейчас» — политический момент (митинг). Коллективный действующий политический субъект — все митингующие, противостоящие действующей власти. Ближняя ретроспекция — период формирования новой России. Политические субъекты — власть и оппозиция. Дальняя ретроспекция — советское время. Главный политический субъект — демократические силы, к которым принадлежал Анатолий Собчак. В текущем настоящем времени акцентируется роль оппозиции, которая переживает советские политические практики (*борьба*, *революция*, *гражданская война*). На оси времени оппозиционеры частично отождествляются с революционерами советского времени. Отмеченные вербальные знаки употребляются как относительно специфические. Ближайшее будущее связано с организацией оппозиционной партии, которая должна идти по стопам, заложенным демократами первого призыва.

Субъязык оппозиционеров, лишенный абсолютно специфических единиц, наполненных новейшими концептуальными смыслами, оказывается лишенным идеологического и собственно лингвистического своеобразия.

Советизмы и ключевые слова субъязыка современной оппозиции, в трактовке КС, пересекаются. Однако субъязык новой

оппозиционной партии, которую КС предлагает создать, еще не сформировался. Его истоки — язык политической демократии конца XX в. Он противостоит языку власти, отмежевывается от субъязыка современной оппозиции, но не обладает абсолютно специфическим лексико-идеологическим фондом.

В речи КС отсутствуют абсолютно специфические единицы, которые презентовали бы определенную политическую концепцию. Лакуарность свидетельствует о политической несамостоятельности автора речи, в которой просматривается политическая стратегия, не обеспеченная необходимыми средствами идеологического влияния.

Следует заметить, что сигналы субъязыков в разных случаях использования могут выполнять как функцию интеграции и консолидации, так и функцию разобщения. Обращает на себя внимание употребление личного местоимения *мы/нам/нас*. Личное местоимение и формулы совместности (*многие*, *как и я...*) направлены на реализацию функции консолидации собравшихся на митинг оппозиционно настроенных граждан. Однако слово *оппозиция* и примыкающие к нему единицы приобретают в трактовке КС отрицательную оценочность и тем самым способствуют разобщению временного оппозиционного коллектива. Помимо дихотомии «власть — оппозиция», возникает противопоставление «оппозиция, которая борется за власть, — оппозиция, которая влияет на власть». Отмеченное противопоставление передает идею политической неоднородности оппозиции и также способствует реализации функции разобщения. Вербальные сигналы политического языка, которые употребляются в речи КС, способствуют разобщению. Консолидирующую функцию выполняют только формулы совместности, которые при этом не адресованы ни всем людям, собравшимся на Болотной площади, ни отдельному сегменту аудитории. Агитационный результат речи можно признать скорее отрицательным: КС презентует политическую партию, у которой нет собственного политического языка. На основании отсутствия ключевых идеологических конструктов и их специфических номинаций диагностируется политическая незрелость автора

речи. Отсутствие вербальных сигналов, имеющих собственно концептуальное значение, свидетельствует о том, что идея образования новой партии не имеет политических оснований и реальных перспектив. КС противопоставляет себя как действующей власти, так и существующей оппозиции, при этом предлагает партию без лидера и не упоминает в речи ни одной фамилии оппозиционера, разделяющего идеи А. А. Собчака. Кроме того, она отрицательно оценивает идеологемы вождизма и лидерства: *Мы должны создать движение или партию, у которого не будет лидера, у которого не будет вождя...* В тексте речи отсутствуют формы обращения к адресату-единомышленнику. Последнее необходимо для агитационных выступлений. Все это говорит о политическом эклектизме, об отсутствии четкой идеологической платформы. Отсутствие претензий на лидерство и отказ от идеи лидерства обнаруживает необоснованность новой партийной инициативы.

Речь КС можно рассматривать скорее как риторический шаг, чем как шаг собственно политический, как риторический поступок, добавляющий в имиджевую характеристику медийного лица нечто новое, как эффектный политический ролевой разворот.

Коммуникативный отклик аудитории подтверждает вывод об отрицательном риторическом результате выступления КС, которая не была принята оппозиционной площадью. Сразу после выхода КС на сцену последовал неодобрительный свист и хоровая коммуникативная реакция, скандирование выкрика «Уходи, уходи!». Протестный призыв периодически повторялся. Аудитория почувствовала «чуждость» оратора по нескольким причинам. Во-первых, КС не был четко определен адресат речи; во-вторых, отрицательно сказался сложившийся в коллективном сознании гламурный образ, не сочетающийся с образом оппозиционного выступления политика. Противоречие проявляется в несовпадении вербализованных оратором формул идентичности и коллективных представлений «своих и чужих».

Заявив о себе как о политике, КС продолжила оппозиционную деятельность. Это говорит о внутреннем интеллектуально-психологическом потенциале ее личности. Риторическая ошибка

заклучалась в том, что на этапе подготовки речи не был сформулирован образ адресата, не были предугаданы возможные прагматические реакции. Агитационная цель речи была поглощена презентационной. Идеи основы выступления оказались зыбкими. Протестная реакция толпы свидетельствует о том, что светская львица не принята в «свой круг». Несмотря на отсутствие политического и риторического успеха, КС дала понять, что не свернет со своего пути. В сознании слушателей, возможно, останется образ силы, а не слабости, уверенности, а не растерянности.

Приведем текст речи КС:

Москва, пр-т Сахарова 24 декабря 2011 г.

Здравствуйте, я — Ксения Собчак, и мне есть что терять, но тем не менее я здесь, потому что мой отец, Анатолий Александрович Собчак был одним из тех, кто писал Конституцию РФ. <...> Партия может стать нашей, только если сами сможем ее создать. Наша победа в том, что мы пришли сюда. И я знаю, что многие, как и я пришли на этот митинг во второй раз в жизни. И сейчас я хочу обратиться именно к этим людям, которые пришли на Болотную, которые пришли сюда, чтобы их услышали, чтобы они могли влиять на власть, потому что самое главное — это влиять на власть, а не бороться за власть. Все эти люди, вся та оппозиция, которая существует сегодня, она борется за эту власть, но став властью, мало что может измениться. Только если мы, гражданское общество, начнем влиять на эту власть, мы можем поменять то, что происходит, а для этого должна быть партия, должно быть движение, которое сможет стать каждым... и сможет стать движением, про которое каждый может сказать: «Это моя партия!». Такого движения нет. Та оппозиция, которая есть сейчас — это... для меня лично это не оппозиция, потому что я хочу, чтобы был список людей, за которыми я бы могла пойти, я хочу чтобы среди этих людей были люди независимые, люди, которым я могу верить, чтобы это не было марионеточное правительство, чтобы не было марионеточного политика, которого нам опять поставили бы сверху, чтобы мы могли сами это формировать. И для этого мы должны создать движение или партию, у которого не будет лидера, у которого не будет

вождя, но это будут достойные люди, такие как Акунин, Шевчук, Парфенов. Не задействованные в политике, не те люди, которые будут звать нас захватывать Кремль, не те люди, которые будут призывать нас к революции, не те люди, которые будут хотеть гражданской войны... <...> И идти голосовать не против «Единой России», как я это делаю на этих выборах <...> Как это движение, которое было создано в интернете, как и такое движение, как и такая организация и такая партия должна быть создана в интернете. <...> Спасибо.

(http://www.partbilet.ru/publications/kseniya_sobchak_rech_na_mitinge_video_10894.html)

ЛИТЕРАТУРА

Купина Н. А. Языковое строительство: от системы идеологием к системе культурем // Русский язык сегодня. — М., 2000. — С. 182–189.

Скребнев Ю. М. Введение в коллоквиалистику. — Саратов : Изд-во Саратовск. ун-та, 1985. — 210 с.

СЛОВАРИ

Ожегов С. И. Толковый словарь русского языка / С. И. Ожегов, Н. Ю. Шведова. — 4-е изд., дополненное. — М. : ООО «ИТИ Технологии», 2006. — 994 с.

Мальцева Т. В.

студентка 2-го курса

Уральского федерального университета

Рефлексивы *мягко говоря* / *мягко выражаясь* как метаязыковые сопроводители эвфемизмов в современной речи

Эвфемизация — одна из примет современной русской речи наряду с противоположной чертой — тенденцией к огрублению речи. Человек, стремясь избежать коммуникативных конфликтов,

инстинктивно или намеренно прибегает к смягчению своей речи. Под эвфемизмом следует понимать «слова или выражения, служащие в определённых условиях для замены таких обозначений, которые представляются говорящему нежелательными, не вполне вежливыми, слишком резкими». [Шмелёв 1979: 402].

Лингвисты, изучающие эвфемизацию, останавливаются на характеристике разных сторон этого процесса: тематической классификации лексических единиц, подвергающихся эвфемизации, функциях, которые выполняют эвфемизмы, сферах употребления и способах образования эвфемизмов [См., например: Арапова 1990; Крысин 1996; Кудряшова 2002; Москвин 2001] и др.

Учеными отмечено, что в речи эвфемизмы зачастую употребляются в паре с метаязыковым сопроводителем, т. е. с сопутствующим комментарием по поводу употребления смягченной единицы [Вепрева 2002]. Проиллюстрируем вышесказанное: *Хотите сказать, что никогда не испытывали страсть? Я в этом плане **тертый калач**, **мягко выражаясь*** (Живая речь; 13.11.12; профессор философии на семинаре). В данном случае эвфемизм *тертый калач* представляет собой фразеологический оборот, значение которого «(разг.) — об опытном, выдавшем виде человеке» [СШ 2008: 317]. Эвфемизм в данном контексте обозначает опытного в любви человека, равнодушного к противоположному полу. Такого человека можно поставить в один ряд с Дон Жуаном, Казановой, Синеи Бородой, литературными героями, имена которых обозначают известных ловеласов, соблазнительей женщин. Глагол *соблазнить* в русском языке многозначен, одно из его значений — «2. Лишить женской чести, обесчестить» [Там же: 909]. Метаязыковой показатель *мягко выражаясь* показывает, что фразеологизм *тертый калач* смягчает образ любвеобильного мужчины, наносящего свои волокитством моральный ущерб женщине, за которой он ухаживает. Нейтрализуя отрицательную сему 'нанесение морального ущерба', фразеологический оборот актуализирует положительный семантический компонент 'наличие жизненного опыта'.

Метаязыковые сопроводители эвфемизмов обычно представлены в виде следующих словосочетаний: *мягко говоря, как бы помягче выразиться, как бы помягче сказать, дипломатично говоря, мягко выражаясь, не говоря худого слова, по более осторожному выражению, как бы поизычнее выразиться* и др. По сути, метаязыковой сопроводитель служит формальным сигналом наличия эвфемизма в потоке нашей речи.

Цель нашей работы — определить тематические группы эвфемистических единиц, употребляющихся в контексте с метаязыковыми сопроводителями, или рефлексивами, *мягко говоря / мягко выражаясь*. Кроме того, дополнительной задачей является характеристика способов создания эвфемистических замен.

Материалом исследования послужили метаязыковые высказывания, зафиксированные в публикациях центральных и региональных газет, журналов за 2012 год, а также собранные путем наблюдений за повседневной живой речью. Выборка из письменных источников проводилась с помощью поисковой базы Integrum. Основу для исследования составили 150 высказываний, включающих эвфемистические единицы.

Исследование показало, что в современной речи процесс эвфемизации чаще всего затрагивает различные характеристики человека: его творческие и умственные способности, характеристику его деятельности, оценку человека как такового и т. д. Назовем самые частотные тематические группы эвфемизмов.

1. Тема воровства. В связи с увеличением коррупции, плагиата, мелких и крупных краж в стране растёт и количество публикаций на данную тему. Интересен тот факт, что в большей степени эвфемизируются единицы, относящиеся к области творчества и искусства. Например: *Жолдака не раз упрекали в том, что он часто, мягко говоря, заимствует некоторые изобретения Някрошюса, но в «Москве — Петушках» это эпигонство особенно сильно бросается в глаза* (Ведомости (Москва); 26.03.2012).

Оппозиционная пара: прямое слово *красть* — «смягченное» слово *заимствовать*.

2. Оценка творческих и умственных способностей человека. Ситуация, в которой эта тема получила своё распространение, довольно ясна. Боясь затронуть чувства человека, говорящий намеренно смягчает смысл своего высказывания. Например: *Одна из основных претензий пишущей братии к МГО — прием в организацию людей, мягко говоря, не блестящих талантом* (Литературная газета; 03.10.2012).

Оппозиционная пара: *неталантливый* — эвфемизм *не блестящий талантом*.

Карл Маркс был, разумеется, выдающимся экономистом и очень серьезным ученым. Те, кто это отрицает, мягко говоря, не очень умны (Труд; 10.04.2012). Оппозиционная пара: *глупы* — эвфемизм *не умны*.

Нет, я все понимаю: по части учета местных традиций и навязывания где ни попадя американской модели демократии штатники, мягко говоря, не эйништейны (Московские новости; 30.03.2012).

Оппозиционная пара: *глупые* — эвфемизм *не эйништейны*.

Кроме Бодрунова еще десятки, если не сотни слуг народа из депутатского и чиновничьего корпуса тоже считают тех, на чьи налоги они живут, как бы помягче сказать... в общем, простакми (Невское время (Санкт-Петербург); 07.04.2012).

Оппозиционная пара: *умственно ограниченный* — эвфемизм *простак*.

А то дело дошло до того, что об этих, как бы помягче сказать, «певицах» без голоса и слуха вдруг заговорил весь мир, и даже великий и очень уважаемый мной сэр Пол Маккартни что-то буркнул в их защиту (Новая газета (Рязань); 30.08.2012).

Оппозиционная пара: *девушка, не обладающая талантом пения* — эвфемизм *«певица»*.

3. Тема лжи, обмана.

На деле им куда важнее было заткнуть рот журналисту, посмеившему уличить министра, мягко говоря, в дезинформации (Журналист; 16.01.2012).

Оппозиционная пара: *ложь* — эвфемизм *дезинформация*.

Дело в том, что продавцы, утверждая, что о средствах безопасности автомобиля уже якобы позаботились его изготовители, **мягко говоря, лукавят** (Российская газета; 19.01.2012); Но это, **мягко говоря, лукавство**: например, в Канаде любая акция, не превышающая 50 человек, вообще не требует ни согласования, ни тем паче разрешения (Вечерний Екатеринбург; 27.06.2012).

Оппозиционная пара: *обманывать / обман* — эвфемизмы *лукавить / лукавство*.

Так что здесь математики, **мягко говоря, нафантазировали** (Российская газета; 25.01.2012).

Оппозиционная пара: *обмануть* — эвфемизм *нафантазировать*.

4. Негативное отношение к человеку.

Оказывается, Эдуард Володарский вообще относился к фигуре Гроссмана, **мягко говоря, неоднозначно** (Литературная газета; 24.10.2012).

Оппозиционная пара: *критически* — эвфемизм *неоднозначно*.

Русских по ту сторону баррикады, **мягко говоря, не любят** (Российская газета; 01.03.2012); Ведь китайцы питают к своим восточным соседям, **мягко говоря, неприязнь** (Российская газета; 12.03.2012).

Оппозиционная пара: *ненавидеть / ненависть* — эвфемизмы *не любить, неприязнь*.

Шведский крон-принц Бернадотт, хоть и был наполеоновским маршалом, **мягко говоря, неважно относился** к Бонапарту (Труд; 08.06.2012; 079).

Оппозиционная пара: *не любить* — эвфемизм *относиться неважно*.

5. Тема возраста.

Артисты взрослеют и, **мягко говоря, не молодеют** (Российская газета; 06.03.2012); Константин Зырянов и Сергей Семак, **мягко говоря, уже не молоды** (Невское время (Санкт-Петербург); 25.01.2012); И не важно, что «студентами» в такой школе станут люди, **мягко говоря, не самого юного возраста**: ведь учиться никогда не поздно (Вечерний Екатеринбург; 14.03.2012).

Оппозиционная пара: *стареть, старый*, — эвфемизмы *не молодеть, немолодой, не самый юный возраст*.

6. Тема материального достатка: богатство / бедность.

Особенно приятно то, что вы люди неунывающие, несмотря на то, что и работа тяжелая, и зарплата, **мягко говоря, оставляет желать...** — вздохнул Д. А. Медведев (Русский инвалид; 08.08.2012).

Оппозиционная пара: *низкая зарплата* — эвфемизм *оставляет желать лучшего*.

Несмотря на все реформы и модернизации последних лет, работники наших библиотек по-прежнему, **мягко говоря, не шикуют** (Труд; 26.09.2012).

Оппозиционная пара: *бедствовать* — эвфемизм *не шиковать*.

Основать школу нового типа — занятие, **мягко говоря, не из дешевых** (Metro (Санкт-Петербург); 04.10.2012).

Оппозиционная пара: *дорогостоящее* — эвфемизм *не из дешевых*.

Он был неродовит, **мягко говоря, небогат**, а точнее — весь в долгах (Аргументы и Факты; 05.09.2012).

Оппозиционная пара: *бедный* — эвфемизм *небогатый*.

7. Отношения между полами.

Во-первых, Антон Павлович Чехов, **мягко говоря, однолюбом не был**, а, во-вторых, как заметил коллега Дмитрий Савельев, это фильм о том, как художник превращает факты собственной жизни в фарш для своих произведений (Экран и сцена; 29.08.2012).

Оппозиционная пара: *ловелас* — эвфемизм *не быть однолюбом*.

Но он, наконец, собрался с духом и отрубил концы двумя ударами: один, физический, пришелся мне в лицо, а другой выражался в том, что моему сыну было объявлено, что мать его, **мягко говоря, не верна** его отцу и все в таком духе (Вечерка (Томск); 07.03.2012).

Оппозиционная пара: *изменить* — эвфемизм *не быть верной*.

А все эти теннисные топ-тренеры — не такие они и великие. С кем из них я хотела попробовать поработать, я попробовала и поняла, что среди них очень много, **как бы помягче сказать...**

проходимцев. Им лишь бы найти теннисистку, поделить с ней комнату, а потом отношения переходят в другую плоскость (Новые Известия; 17.10.2012).

Оппозиционная пара: *соблазнитель* — эвфемизм *проходимец*.

Рассмотрим собранные нами эвфемистические единицы с точки зрения языковых способов выражения «смягченного» значения.

1. Самым типичным способом языковой репрезентации эвфемизма является употребление вместо прямой лексики эвфемистического слова, лексическое значение которого нейтрализует признаки негативной окраски, сохраняя положительный потенциал прямой номинации. Механизм эвфемистических замен состоит в поиске и актуализации лексических коррелятов, «смягченных» единиц, маскирующих суть явления. Например: *Бытует выражение: «Списывать с одно источника — плагиат, с нескольких — эрудиция». Так вот Александрова и его постоянного композитора Исаака Дунаевского обвиняли в плагиате, в заимствовании, мягко говоря* (Экран и сцена; 23.02.2012).

Оппозиционная пара: прямая номинация *воровство* — эвфемизм *заимствование*.

Словарное значение *воровство* (*воровать*) — «Преступно присваивать, похищать чужое» [СШ 2008: 110]. Глагол и отглагольное существительное имеют общий семантический компонент 'тайное, нечестное приобщение чужого, не принадлежащего субъекту'. Слова *заимствовать* / *заимствование* нейтрализуют отрицательные смыслы тайного отнятия чужого, преступного присвоения не своего, оставляя признак 'интенсивное проявление процесса приобщения'. Контекстные условия помогают понять смягчение негативного значения за счет употребления метаоператора *мягко говоря*, который разоблачает маскирующий характер эвфемизма.

2. Одним из средств эвфемизации являются «некоторые слова, обозначающие... слабую степень свойства» [Крысин 1996: 402]. Мы называли такие единицы словами-антиинтенсификаторами. Например: *Вообще же, Ваш взгляд на то, что вы называете «малыми народами» и «культурными меньшинствами», мягко*

говоря, слегка реакционен и архаичен (Личность. Культура. Общество; 30.06.2012); *Ведь режиссер ориентируется на публику, воспитанную телевидением, то есть, мягко говоря, театрально, литературно да и культурно не слишком подготовленную, зато готовую платить деньги* (Музыкальное обозрение; 31.01.2012); *Московская полиция решила обезопасить журналистов, освещающих криминальные ситуации и массовые мероприятия, в том числе митинги, санкционированные и, мягко говоря, не очень законные* (Российская газета; 20.04.2012); *Порой руководителям самостоятельных хозяйственных организаций неприятно слышать критику в свой адрес, связанную, мягко говоря, с не совсем качественным выполнением своих обязанностей по предоставлению жилищных и коммунальных услуг, но они с пониманием относятся к этому, потому что от их работы зависит здоровье и жизнь людей* (Аргументы недели Оренбуржье (Оренбург); 29.03.2012).

Выделенные нами антиинтенсификаторы *слегка, не слишком, не очень, не совсем* объединяет общность семантики — проявление неполноты признака. За счет уточнения с помощью наречия слабой степени выраженности признака само словосочетание приобретает эвфемистический характер: эвфемистическое словосочетание *слегка реакционен* — прямое значение *реакционен, не слишком подготовленный — неподготовленный, не очень законный — незаконный, не совсем качественный — некачественный*.

3. В данную группу входят слова, находящиеся друг с другом в отношениях антонимии: *ненавидеть — любить, умный — глупый, молодой — старый, бедный — богатый* и др. Чтобы создать эффект смягчения, говорящий использует антонимичное слово с отрицательной частицей. Например: *С другой стороны — явный недостаток образования, ужасающий южный акцент, выдававший ростовское происхождение, манеры, мягко говоря, совсем не аристократические* (Вести (Санкт-Петербург); 18.04.2012; 062). Антонимическая пара *аристократ — простолудин*.

Мнение о том, что девушки и женщины со светлыми волосами, мягко говоря, неумны, сложилось не так давно, всего-навсего

в 50-х годах XX века (Вечерний Оренбург; 18.01.2012). Антонимическая пара *умный — глупый*.

4. Смягчающий эффект имеют фразеологические обороты, употребляющиеся вместо прямых номинаций. Например: *В общем, наши спортивные чиновники, мягко говоря, снова сели в лужу* (Вечерний Екатеринбург; 05.06.2012). Эвфемизм *сесть в лужу* — прямая номинация *опозориться*.

По ходу нынешнего сезона стреляли наши биатлонистки довольно неплохо, но вот бег по дистанции, мягко говоря, оставляет желать лучшего (Труд; 29.02.2012). Эвфемизм *оставляет желать лучшего* — прямая номинация *плохой*.

Тогда эта система, мягко говоря, оказалась не на высоте (Metro (Санкт-Петербург); 19.07.2012). Эвфемизм *не на высоте* — прямая номинация *неудачный*.

5. В качестве эвфемистических номинаций выступают имена собственные, снижающие эффект резкой характеристики человека за счет метафорического употребления имени собственного, требующего когнитивных затрат на осмысление переносного признака. Например: *Выставка оказалась, мягко говоря, далекой от музеев мадам Тюссо* (Собеседник; 21.03.2012). Эвфемизм *далекая от музеев мадам Тюссо* — прямая номинация *непрофессиональная*.

Позволю себе задать вопрос: каким, мягко выражаясь, Гаргантюа надо быть, чтобы проглотить такую массу продуктов, да еще к тому же украденных у своих же коллег (Экономическая и философская газета; 28.04.2012). Эвфемизм *Гаргантюа* — прямая номинация *обжора*.

Кстати, и пишут их тоже, мягко говоря, не Шекспиры (Журналист; 16.01.2012). Эвфемизм *не Шекспир* — прямая номинация *неталантливый человек*.

Подведем итоги. Общий взгляд на современную речевую практику дает возможность увидеть, что стремление говорящего называть вещи своими именами приводит к эффекту сильной экспрессивной подачи информации. Стремление газетных изданий говорить много и открыто о пугающе запретном создает в СМИ тональность тревожности. Поэтому острой является проблема коммуникативной толерантности, которая требует регулировать

отношения в цивилизованном обществе. Толерантность повседневного общения ориентирована на создание положительной эмоциональной атмосферы. Для успешного взаимодействия коммуниканты используют целый набор тактик толерантного поведения. Среди гармонизирующих тактик одна из основных — употребление эвфемизмов.

В то же время метатекстовые сопроводители при эвфемизме направляют сознание адресата по нужному пути, указывают, как следует оценивать ту или иную информацию. Своим метакомментарием говорящий сообщает читателю: «Знай, что это слово смягчает семантические компоненты, которые оцениваются как плохие. Отметай в слове то, что хорошо, и ищи то, что плохо». Метакомментарий является своеобразным разоблачительным предписанием, как должно быть распределено внимание адресата при восприятии лексемы. При этом сохраняется энергетика положительно заряженной лексемы, которая парадоксальным образом воспринимается как негативная.

ЛИТЕРАТУРА

Вепрева И. Т. Языковая рефлексия в постсоветскую эпоху. Екатеринбург : изд-во Урал. гос. ун-та, 2002.

Крысин Л. П. Эвфемизмы в современной русской речи // Русский язык конца 20 столетия (1985–1995). М. : Наука, 1996. — С. 384–408.

Кудряшова А. П. Процессы образования и функционирования эвфемизмов в семантических полях «смерть», «болезнь», «возраст» (на материале современных русского и немецкого языков) : автореф. ... дис. канд. филол. наук. Саратов, 2002.

Москвин В. П. Эвфемизмы: системные связи, функции и способы образования // Вопр. языкознания. — 2001. — № 3. — С. 58–71.

Шмелев Д. Н. Эвфемизм // Русский язык: энциклопедия / под ред. Ф. П. Филина. М. : Сов. энциклопедия, 1979. — С. 402.

СЛОВАРИ

Арапова Н. С. Эвфемизмы // Лингвистический энциклопедический словарь. М. : Сов. энциклопедия, 1990. — С. 590.

СШ — Толковый словарь русского языка с включением сведений о происхождении слов / отв.ред. Н. Ю. Шведова. М. : Азбуковник, 2008.

Выражение эмоций собеседника в тексте политического интервью

Русский политический дискурс всегда отличался неоднозначностью и чрезвычайной подвижностью, чем он и по сей день привлекает внимание многих исследователей, в особенности лингвистов: политические тексты являются зоной «подводных течений», формальное непосредственным образом влияет на содержательное, рациональное соседствует с эмоциональным, а языковой стандарт сочетается с экспрессией. Повышенный уровень экспрессивности русского политического дискурса обычно объясняется «общей ситуацией политической и экономической нестабильности, хронических неплатежей, откровенной непорядочностью правительственных и президентских чиновников», а также «природным экспрессивным духом русского самосознания» [Шаховский 2007: 169]. «Эмоциональный отзвук», сопровождающий тексты политических интервью, выполняет одновременно две функции: во-первых, «делает восприятие текста интересным для адресата, придает ему эстетическую значимость» [Чудинов 2006: 59], что важно и для героя интервью, и для журналиста, заинтересованного в наибольшем количестве читателей; и, во-вторых, способствует самовыражению политического деятеля, тем самым создавая процессуальную составляющую его имиджа (характеризует энергичность, темперамент, чувство юмора героя интервью).

Известно, что вербальное выражение эмоций, как правило, не поддается планированию задуманной политиком поведенческой стратегии: оно сиюминутно и мгновенно, как реакция на заданный журналистом стимул (провокационный вопрос, комментарий, замечание), следовательно, экспрессивное самовыражение, зафиксированное в интервью, может не отвечать желаемому образу самого политика, противоречить ему.

Особое внимание следует уделить специфике печатного интервью. Несмотря на то, что любое интервью — это диалог, в печатном издании журналист вынужден сам излагать ответы на заданные вопросы, «перерабатывая» полученную от собеседника информацию. Он буквально готовит материал проведенной беседы после того, как состоится сам разговор. Если ранее исследователями отмечалось, что содержание печатного интервью отвечает на вопрос, что сказал интервьюируемый, а радио- и телеинтервью — на вопрос, что и как он сказал, то сегодня подобное мнение неверно. Работая над текстом интервью, журналист преследует несколько целей: во-первых, передать информацию как бы от первого лица; во-вторых, создать интересный для аудитории текст, по возможности эмоционально насыщенный; в-третьих, представить собеседника как личность с ее собственным, лишь ей присущим и узнаваемым имиджем. Таким образом, печатное интервью сегодня являет собой незримую картину проведенного разговора: читатель может получить представление не только о внешнем виде, жестах, мимике, голосе, манерах героя, но и о его характере в целом, энергичности и чувстве юмора, настроении в момент беседы.

Язык располагает значительным количеством средств, позволяющих журналисту передать эмоциональную составляющую в текстах политических интервью. Естественно, не все средства являются собственно журналистским приемом и «находкой», многие отражают особенности речи самого героя интервью. Тем не менее, опираясь на субъективизм любого печатного интервью (как беседы в «переводе» журналиста), их можно считать вспомогательными при создании яркого и экспрессивного текста. Журналист обращается к средствам **разных уровней** — лексического, синтаксического, пунктуационного.

«Внешней формой внутреннего эмоционального напряжения и эмоциональных всплесков, — как отмечает В. И. Шаховский, — являются вербальные и авербальные языковые знаки: экспрессивный вокабуляр, экспрессивный синтаксис, многочисленные стилистические приемы. Среди них большое место по частотности

занимают эпитеты, метафоры, сравнения, антитезы, риторические вопросы, ирония, издевка» [Шаховский 2007: 169].

Ярким способом выражения эмоциональной составляющей является использование в речи политика так называемого «горячего вокабуляра» (по выражению В. И. Шаховского), или экспрессивной, эмоционально-оценочной лексики с ярко выраженной негативной окраской. «В ряде случаев, — как отмечает В. И. Шаховский, — эмоции российских политических деятелей вообще сбивают их речь на жаргон» [Шаховский 2007: 170]. Приведем примеры:

*Но разве допустимо трясти страну, вертикаль управления из-за **грызни** в партии власти?;*

*Когда люди видят, что обстановка трагическая, а в высших эшелонах начинают **грызться**, тем самым подрывается даже видимость той стабильности, чем так гордится Путин.*

Слова *грызня*, *грызться* употреблены в данных контекстах в переносном значении с явной негативной оценкой и означают «беспринципную, мелочную междоусобную борьбу за власть, за политические выгоды» [Солганик 2008: 165]. Политик выражает жесткое недовольство по поводу обсуждаемого вопроса:

*Даже не представляете, как мне в тот момент хотелось **врезать** Марковой, **вломить** ей от души!*

Врезать — «(прост.) сильно ударить, а также сказать прямо и резко» [СШ 2007], *вломить* имеет то же значение. Благодаря этой лексике эмоциональный настрой героини интервью легко прослеживается читателем.

*А все **лизоблюды**, собравшиеся вокруг него, орали: «Народ без вас не сможет! Страна развалится, если вы уйдете!».*

Лизоблюд — (презр.) «человек, который прислуживается к кому-нибудь, подхалим» [СШ 2007]. Лексический состав данного предложения свидетельствует о яростном состоянии героя интервью, его недовольстве и презрительном отношении к объекту беседы.

*Предсказывать свою судьбу и судьбу России более, чем на год вперед, может только **придурок**.*

Слово *придурок* имеет помету *прост.* и указывает на несдержанность героя интервью в своих эмоциональных проявлениях.

*Володь, посмотрите на меня внимательно. Я похож на **лузера**?*

Слово *лузер* относится к молодежному сленгу и означает буквально «неудачник», оно отмечает жаргонизированность речи героя интервью.

*Взял спортивный костюм — обычный, **без понтов**, мы же на зону...*

Герой интервью употребляет данное выражение как принадлежащее уголовному (тюремному, блатному) жаргону в связи с расказом о пребывании его в местах лишения свободы.

*Мы сегодня гадаем: Евсюкова посадят или **отмоют**?*

Отмыть в данном значении также принадлежит сфере тюремного жаргона и определяется как «нелегальным образом откупиться от заключения с помощью денег, других средств».

Как указывает Л. И. Скворцов, «в условиях демократизации и гласности во многом обнажилась и «открылась» сама наша речь» [Культура парламентской речи 1994: 105]. Теперь мы все чаще замечаем, как говорят публичные политические деятели, как они выражают свои мысли, как ведут дискуссии и в целом — как владеют нормами литературного языка. В современной языковой ситуации происходит «интенсивное сближение традиционно-книжных средств выражения с обиходной разговорной стихией, с городским просторечием, с социальными и профессиональными диалектами, с жаргонами и аргю, с территориальными говорами» [Там же: 106], что приводит к расшатыванию, снижению, огрублению и вульгаризации литературных норм.

Большую роль в становлении эмоционального образа говорящего-политика играют такие выразительные средства и стилистические приемы, как метафоры, эпитеты, ирония, повторы.

Метафоризация как «переносное употребление слов и выражений на основе сходства сопоставляемых явлений» [Матвеева 2003: 149] — один из самых распространенных и излюбленных

политиками приемов личностной оценки и экспрессивизации своих мыслей.

Это был не суд, а судилище-расправа. Политик акцентирует внимание на сопоставлении двух фреймов — «совокупности знаний о предмете или ситуации, хранящихся в сознании человека» [Культура парламентской речи 1994: 69]: фрейма суда («Разбирательство дел в общественных органах, рассматривающих проступки членов какого-н. коллектива» [СО 1991: 776]) и фрейма судилища («Пристрастное разбирательство, подобное суду (неодобр.)» [СО 1991: 776]), расправы («Насилие над кем-н. с целью отомстить; жестокое наказание» [СО 1991: 660]). В результате формируется новый смысл — необъективный, пристрастный суд, задача которого состояла в унижении достоинства человека и отмщении ему. Данная метафора отображает возмущенное состояние и негодование героя интервью.

Я не особенно ждала подмоги со стороны, сама барахталась в грязи, которую старательно лили на мою голову.

Клевету, провокации, несостоятельные обвинения по отношению к своей персоне политический деятель сопоставляет с потоком грязи, чем создается яркий и воздействующий образ происходящего с помощью личностной оценки.

И действительно все завертелось вмиг. Настоящий муравейник!; Собственно, меня еще в Москве предупреждали, что ситуация тяжелая и ее придется разруливать, но я не представляла, что угожу в осиное гнездо! Однотипные метафоры выстроены по принципу сопоставления героем интервью сущности политической группировки и муравейника/осинового гнезда (муравейника, то есть места, в котором царит постоянное движение, суэта, хлопоты, осинового гнезда как скопления недоброжелательных, злобствующих людей). Таким образом передается личностное начало, картина восприятия собеседником действительности.

Американцы попытаются залечить раны и успокоить других. Но рубец останется надолго.

Употребленная политиком метафора и жесткость самого высказывания указывают на его уверенность в обсуждении затронутого

вопроса, убежденность в своей правоте и знание общего положения дел.

Часто для оценки действительности политики используют развернутую метафору, то есть метафору, последовательно представляемую на протяжении большого фрагмента текста. Она придает высказыванию политического деятеля изобразительность и экспрессивность. Особое место в речи политических деятелей занимают развернутые метафоры с «биологической», «анатомической» природой, так как они имеют большую выразительность, обладают конкретной образностью. Например:

Это раковая опухоль на теле нашей страны. И кучка людей в Киеве — это метастазы раковой опухоли. К сожалению, нам предстоит сложная хирургическая операция. Но я надеюсь, что в итоге мы с ней справимся;

Эта фракция административного аппарата, как плесень, размножается в отсутствие света. То есть когда все секрет и «кругом враги». Как только начинается гласность, политическая конкуренция — они начинаютдохнуть. Их место занимают другие бактерии — либеральные, например. В принципе, любая демократия держится на том, что разные виды «плесени» друг с другом борются и вынуждены учитывать мнение «питательной среды», то есть народа. Они между собой конкурируют. Одним больше нравится свет, другим — сырость. А президент — это такой бог, который то свету добавит, то сырости, то дустом прыснет.

Обобщенность и образность метафоры делают ее удобным и привлекательным инструментом коммуникации: «она освобождает от бремени строго рационального и логически последовательного описания какого-либо объекта и оставляет простор для множественной интерпретации сказанного, а следовательно, предполагает возможность альтернативного вывода» [Культура парламентской речи 1994: 69–70].

В речи политиков может встречаться и метонимия («троп, в основе которого лежит перенос значения по принципу смежности понятий, т. е. причинной или иной объективной связи между

ними» [Культура парламентской речи 1994: 327]): В России избирают **не личность, а кресло — того, кто занимает это кресло** — перенос с места на человека, работающего на нем.

Значительное место в политических интервью занимают определения, их с затруднением можно назвать собственно эпитетами, так как эпитет — это выразительное, художественное средство, а определение в политической речи отличается грубой, неодобрительной, презрительной окраской, в большинстве случаев оно направлено на оппозиционную политическую группу: *Более жесткая, в хорошем понимании имперская политика Китая дает ему преимущество перед **размазанной и неэффективной** внешней политикой России на постсоветском пространстве;*

*31 января я буду на Триумфальной и приглашаю всех, кому дорога свобода и кого уже тошнит от **мафиозных, лживых и циничных** властей;*

*Что касается нынешней российской действительности, то тандем тащит страну по **старой, грязной, вороватой** колее ельцинской политики.*

В политической речи могут встречаться перифразы — «описательные обозначения предмета или явления, употребляемые вместо его словесного обозначения, существующего в языке» [Матвеева 2003: 228]; они являются средством создания образа, усиления эмоциональности и выразительности: *Были многократно судимые (кража, грабеж, распространение наркотиков), были «**автомобилисты**» (езда без прав в нетрезвом виде) и те, кто сидел за мелкое хулиганство; «**Белые воротнички**» осторожничают или разделяют идеологию капитала. Белые воротнички — «в некоторых странах: обиходное название инженерно-технического персонала и конторских служащих» [СШ 2007].*

*Если человек способен грамотно выполнять свои функции, ему найдется место в моей команде, даже если он не «**карманный**», не «**угодный**». Карманный и угодный — перифразы к словам «льстец», «подхалим».*

Использование иронических высказываний в речи политического деятеля влияет на создание процессуальной составляющей

его имиджа, формирует мнение читателя о чувстве юмора говорящего: *Как можно сделать так, чтобы население росло? Кроликов разводить?* — герой интервью использовал такой способ выражения иронии, как «логическое несоответствие».

Реально вменяемых людей там, во власти, три с половиной человека! Это Кудрин, Набиуллина, Дворкович и половинка — это Шувалов.

Политический деятель использует прием обманутого ожидания («экспрессивный эффект, возникающий в результате нарушения норм, стереотипов восприятия» [Культура русской речи 2003: 371]), чем достигает комического эффекта.

Так вот, значит, я написал статью. Я вообще имею грешок, я пишу статьи — данная фраза является примером самоиронии политика.

Одним из способов экспрессивизации высказывания является аккумуляция, нагнетание в нем повторяющихся слов: *Не было еще такого кризиса, который затронул бы всех. Просто не было!;*

*После этого **приходи** во фракцию, **не приходи, приходи** на голосование в Большой зал, **не приходи** — бесполезно;*

*Я не имею права **играться**. **Игаться** в объявления, **игаться** в слова. Я, если не решил, — молчу. Если я решил, я говорю, и говорю твердо, и реализую.*

Активное использование фразеологии в речи политика также является экспрессивным средством. Фразеологизмы, употребляемые героями политического интервью, обычно отличаются яркой образностью и работают на раскрытие характера, состояния интервьюируемого, его отношения к затрагиваемым проблемам. Сама фразеология, используемая в речи политического деятеля, характеризует его как языковую личность, то есть как «носителя определенных речевых предпочтений, знаний и умений, установок и поведения» [Матвеева 2003: 412]. Фразеологизмы в речи политиков обладают явной оценочностью и характеризуются собственно личностным началом героя интервью. *Я до мозга костей государственный человек, такой меня воспитали, и другой я уже не стану. До мозга костей — настоящий, истинный.* Имеется в виду,

что лицо в полной мере, во всех своих проявлениях обладает характерными качествами, свойствами. Обычно о роде занятий, профессии, нравственных качествах, поведении в целом» [Телия 2009: 181]. Героиня жестко подчеркивает свою профессиональную сущность метким выражением, говорящим о ее неотделимости от политической сферы.

Сначала на *Примакове свет клином сошелся*, он смог успокоить общество, ничего не сделав, ничего! [Белый] свет клином сошелся — «установился окончательный и единственный, предельно узкий выбор чего-л. Имеется в виду, что для лица, группы лиц другое лицо, другая группа лиц, предмет, какое-л. увлечение, занятие являются самыми желаемыми; представляются незаменимыми при осуществлении каких-л. задач, намерений. Говорится с неодобрением или с легким неодобрением» [Телия 2009: 36]. Важна общая оценка высказывания политика: критическая и отрицательная, с явным оттенком разговорности, что свидетельствует о волнении и раздражении героя интервью.

В случае с *Лужковым, как говорится, нашла коса на камень*. *Нашла коса на камень* — «ни один ни другой ни в чем не хотят уступить друг другу. Имеется в виду одинаковое упрямство в отношении чего-л., непримиримая оппозиция двух лиц, равных по силе характеров, по настойчивости в отношении желаемого; столкновение взглядов, интересов, характеров. Говорится с неодобрением» [Телия 2009: 458]. Герой интервью подчеркивает оппозиционность политиков и выражает свою неодобрительную оценку происходящего.

Так как «образность не является обязательной чертой фразеологизма, среди них много и таких, выразительность которых обеспечивается синтаксической архаикой, повтором, использованием разговорного слова, точным фактическим воспроизведением исходной ситуации и др.» [Матвеева 2003: 382]. Подобные фразеологизмы присутствуют в речи политика как собственно выразительные средства, принадлежащие разным стилям:

Основная опасность сегодня в том, что все вернется на круги своя;

Пользуясь, как говорится, случаем, хотел бы расставить в этом вопросе все точки над «i»;

У этой медали две стороны;

Как в воду глядела!;

Благодаря этому российская экономика не села на мель;

Наделал я шума с этими экспресс-кредитами.

В высказываниях политиков могут встречаться и так называемые прецедентные тексты, цитаты, реминисценции от одного слова до текста. Каждый прецедентный текст рассчитан на возникновение в сознании читателей ряда ассоциаций, вызванных упоминанием общеизвестных цитат, имен, анекдотов, легенд и т. д. Использование таких конструкций, несомненно, является эмоциональным средством в речи политика, привлекает внимание читателя, «втягивает» его в коммуникацию. Прецедентные тексты могут характеризовать общий настрой говорящего: юмористический и озорной, серьезный, жесткий и высокомерный и пр.: *Знаешь, как одного старого еврея в Одессе спрашивают: «Как вы себя чувствуете?» Он говорит: «Не дождетесь»...* — в качестве прецедентного текста в данном случае выступает анекдот, «черный юмор» задает определенную тональность высказывания и настроения героя — «печальный смех».

Прошла весна, настало лето — спасибо партии (ну и правительству) за это! — советская шутка переосмыслена героем интервью в качестве подходящего, по его мнению, высказывания по отношению к современной политической ситуации: прецедентный текст работает на создание иронического восприятия политиком окружающей его действительности.

Выдержка из статьи Д. А. Медведева «Россия, вперед!»: *«Мы сами выбрали свой путь, наши отцы и деды тогда победили. Теперь должны победить мы. Россия, вперед!»* Комментарий к ней героя интервью: *Звучит гимн Советского Союза. Президент быстрым шагом уходит за кулисы. Все встают.* Ироничность создается с помощью аллюзии, путем сближения говорящим тональности статьи Президента РФ и тональности политических

собраний советского времени. Герой интервью комментирует стиль Д. А. Медведева.

Прецедентные тексты нередко указывают на принадлежность политика к определенной группе (социальной, политической, возрастной и т. д.). *Nullum crimen sine lege, нет преступления без закона*: я могу говорить только о конкретных делах — обращение к латинской пословице отражает принадлежность героя интервью к юридической сфере. У представителей каждой культурной, социальной группы имеется свой корпус прецедентных текстов, известных внутри данной группы и часто незнакомых членам других групп, поэтому политик разъясняет значение данного высказывания, предлагает его перевод.

В ряду синтаксических средств акцентирования журналистом экспрессии собеседника необходимо особым образом выделить восклицательные предложения. Являясь довольно частотными в текстах политических интервью, они выражают резкость и жесткость суждений, восторженность и ликование, возбужденность, передают повышенную эмоциональность, энергичность героя, отражают его «чувственное» отношение к обсуждаемому вопросу. Как указывает Т. В. Матвеева, «это может быть непосредственная эмоциональная реакция»: радость, огорчение, согласие/несогласие, испуг, удивление и т. д., например: *Слава богу! Разумеется! Конечно! Полная ерунда! Какое там! Поражаюсь, откуда что берется!* — или же «эмоциональная оценка или более сложные оценочные характеристики»: восторг, сожаление, восхищение, презрение и др. [Матвеева 2003: 40]: *Более грязных выборов в жизни не видела!* — восклицательное предложение передает возмущение интервьюируемого; *Позорящее великую страну зрелище!* — читателем считывается негодование, гневное состояние героя интервью; *Я же не могу по поводу каждой акции договариваться на личном уровне! Раз зафиксировано такое право в Конституции, исполняйте!* — восклицание в данных фразах передает оттенок раздражительности и досады интервьюируемого по отношению к затронутой в разговоре проблеме.

Восклицательные предложения могут содержать и слова-междометия, усиливающие эмоциональность интервьюируемого: *Да, конечно, время от времени всплески есть, «ах-ох!», но не более того!*

Восклицательный знак может быть употреблен как вставная конструкция для привлечения внимания читателя к той части фразы, которую эмоционально выделил сам герой интервью: *Мы — такой субъективный коллективный общественный (!!!) советник, которого президент счел полезным иметь при себе в качестве дополнительного и, еще раз повторю, порой альтернативного источника информации и новых идей.* Три восклицательных знака означают, что политик интонационно выделил данное слово и возложил на него основную смысловую нагрузку. Таким образом, компонент «социальности» выдвигается на первое место, политик подчеркивает направленность своей профессиональной деятельности на поддержку народа, общества.

Для передачи эмоционального состояния политика используются графические средства. Логически и коммуникативно значимое слово, интонационно выделенное героем интервью, дается в тексте прописными буквами:

Нам их не понять. У НИХ голова по-другому устроена. Уже давно народ нашей страны и ОНИ живут в параллельных реальностях, которые не пересекаются — ОНИ и у НИХ выделено заглавными буквами, что маркирует категорию «свой-чужой», подчеркивает оппозиционность политика по отношению к власти, противопоставляет деятельность его партии и партии власти.

Реплики героя интервью зачастую прерываются многоточием или оканчиваются им. Этот прием используется журналистом для выражения незаконченности фразы, для обозначения заминки или перерыва в речи.

В любом случае я бы их отпустил. Если я выжил... и смертник бы выжил... я бы его отпустил... И этим самым можно было бы... существенно нарушить планы их идеологов — многоточие здесь играет важную эмоционально нагруженную роль: оно является для читателя сигналом размышлений политика, указывает на

некоторую подавленность героя интервью, но одновременно свидетельствует об осторожности в манере его высказываний. Политик не стремится передать весь порыв своих чувств, а продумывает свой ответ, чтобы выстроить его по возможности кратко, но убедительно.

К Путину... у нас хорошие отношения с Путиным... к Путину я практически не обращался, хотя мы, в общем, так сказать, чувствовали друг друга, и Путин относился к нам с доверием — реплика «у нас хорошие отношения с Путиным» выделяется многоточием с двух сторон, является как бы вставочным компонентом внутри целой фразы. Это объясняется некоторой отстраненностью, озабоченностью политика, который при ответе на заданный журналистом вопрос посчитал нужным и важным включить дополнительную информацию.

В некоторых случаях многоточие ставится, когда герой интервью не окончил свою мысль, не договорил фразу: *Я призываю москвичей к тому, чтобы не было каких-то публичных... я останавливаю это, нам в любом случае нужно иметь спокойствие в городе; У «Единой России»... Это не партия.* Данный прием позволяет создать интригу, читатель сам домысливает продолжение высказывания.

Таким образом, тексты политических интервью отличаются высоким уровнем эмоциональности, экспрессивности и оценочности: выразительность в них создается «за счет взаимодействия в содержательной стороне языковой единицы, высказывания, текста оценочного и эмоционального отношения субъекта речи к тому, что происходит во внешнем или внутреннем для него мире» [Карицкая 2011: 10]. Личностное начало проявляется в интервью, благодаря употреблению в речи таких языковых единиц, которые указывают на «не-нейтральное отношение» (по выражению С. Е. Никитиной и Н. В. Васильевой) говорящего к содержанию речи. Данные языковые единицы, а также собственно журналистские приемы, работающие на «усиление» эмоциональности текста, формируют процессуальную составляющую имиджа политика,

позволяют представить его психологическое состояние, энергичность, темперамент.

ЛИТЕРАТУРА

- Карицкая Л. Ю. Экспрессивные лексические ресурсы современной газетной публицистики : автореф. дис. ... канд. филолог. наук / Л. Ю. Карицкая ; Мурманский гос. пед. ун-т. — Калининград, 2011.
- Культура парламентской речи : Коллективная монография / С. И. Виноградов [и др.]. — М. : Наука, 1994.
- Культура русской речи : Энциклопедический словарь-справочник / под ред. Л. Ю. Иванова, А. П. Сковородникова, Е. Н. Ширяева и др. — М. : Флинта : Наука, 2003.
- Матвеева Т. В. Учебный словарь: русский язык, культура речи, стилистика, риторика / Т. В. Матвеева. — М. : Флинта : Наука, 2003.
- Чудинов А. П. Политическая лингвистика : учеб. пособие / А. П. Чудинов. — М. : Флинта : Наука, 2006.
- Шаховский В. И. Голос эмоции в русском политическом дискурсе // Политический дискурс в России. М., 2007. — С. 168–174.

СЛОВАРИ

- Большой фразеологический словарь русского языка / отв. ред. В. Н. Телия. — 4-е изд. — М. : АСТ-ПРЕСС КНИГА, 2009.
- Солганик Г. Я. Толковый словарь. Язык газеты, радио, телевидения / Г. Я. Солганик. — М. : АСТ : Астрель, 2008.
- Толковый словарь русского языка с включением сведений о происхождении слов / под ред. Шведовой Н. Ю. — Электрон. дан. — М. : Азбуковник, 2007. — 1. электрон. опт. диск (CD-ROM).
- Ожегов С. И. Словарь русского языка / под ред. Н. Ю. Шведовой. — 23-е изд., испр. — М. : Рус. яз., 1991.

Особенности функционирования жаргонной лексики в поэзии И. А. Бродского

Употребление писателями и поэтами в своих текстах нелитературной лексики, слов, которые находятся за гранью кодифицированной нормы, всегда вызывало множество споров. Мнения по этому поводу весьма противоречивы: насколько автор может позволить себе играть с языковыми явлениями? До каких пор произведение будет оставаться образцовой книгой для чтения, а не примером массовой литературы?

Художник должен всегда соблюдать тонкую грань между позицией учителя, показывающего, как надо выражать мысль, и позицией новатора, побуждающего читателя внимательно присмотреться к возможностям языка. Более того, автор через текст преподносит себя, настраивает на восприятие своего образа, языковой личности. «Все слова пахнут профессиями, жанром... определенным человеком, поколением, возрастом, днем и часом», — говорил М. М. Бахтин [Бахтин 1975: 106].

Выбор автором той или иной лексической единицы заставляет читателя или продолжить изучение написанного, или отложить рукопись с пренебрежением. Так, слова сниженной, разговорной окраски могут невольно оттолкнуть и вызвать антипатию. Однако авторы нередко прибегают в своих текстах к жаргонизмам. Особенно известен своей привязанностью к употреблению подобных слов в своих лирических текстах Иосиф Бродский. Что дает ему использование жаргона? Попытаемся ответить на этот вопрос.

Согласно словарному определению, «жаргон — то же, что и арг. Арг — язык отдельных социальных групп, сообществ, искусственно создаваемый с целью языкового обособления (иногда «потайной» язык), отличающийся главным образом наличием слов, непонятных людям непосвященным» [Словарь-справочник лингвистических терминов. Электронный ресурс]. Можно

выделить следующие черты данного феномена: ограниченность употребления, лексическая специфичность, условность. В зависимости от особенностей социальной группы, пользующейся жаргоном, последний приобретает черты, присущие данной ячейке общества.

Одно из свойств жаргонной лексики — переосмысление общеупотребительных слов и создание выразительных, ярких метафор — выражено в активности эмоционально-оценочных значений. Во-вторых, бытовая конкретность семантики, сниженность, некоторая «приземленность» образа (основа — синонимические ряды с другими пластами лексики по принципу «сниженное — нейтральное — высокое») [Костомаров 2005: 220]. В-третьих, наполненность лексического значения. Не менее 33 % жаргонных единиц представляет собой универбы — слова, не имеющие синонимов в литературной лексике и получающие развернутые, перифрастические толкования. В-четвертых, изменчивость и особая подвижность по сравнению с нейтральной лексикой. Жаргонные слова то умирают, уступая место новым обозначениям, то частично возрождаются.

Несмотря на подобную специфичность жаргонной лексики, уместное ее использование не заслоняет автора текста. Попадая в разные индивидуальные употребления, она не только играет роль в создании слога, но может и нейтрализоваться. «Чужое языковое пространство заведомо влечет за собой некоторое заслонение исходной семантики» [Костомаров 2005: 220]. «Сила стихотворных текстов в том, что нарушения обычно не замечаются или прощаются» [Там же: 103], особенно если личность поэта оказывается весьма яркой.

Ю. М. Лотман, исследуя поэзию И. Бродского, пишет, что в его творчестве «возвышенная риторика соседствует с говорком, и все это ни в какую систему не складывается, — кажется, что поэт ставит в строку первое ему попавшееся слово, вообще не заботясь о стилистическом регистре» [Лотман 2002: 66–67]. Однако ученый тут же замечает, что подобный эффект является ничем иным, как заранее продуманным ходом, уловкой, на которую попадаете

читатель. В действительности, иллюзия нарочитой небрежности рассеивается, как только мы начинаем подвергать текст тщательному лексическому анализу.

В ранних стихотворениях И. А. Бродского (с 1957 г. до ареста в 1964 г.) нелитературная лексика не так частотна. Основное ее назначение — уменьшить пафос, убрать излишнюю драматизацию, усилив реалистичность. Например, отчетливо видна самоирония в строках: *Через два года поломаю шею, поломаю руки, разобью морду; Вот и жизнь проходит, свет над заливом меркнет, шеле-стя платьем, тарахтя каблуками; Среди худой полувесны протарахтят полуботинки*. Автор намеренно сочетает жаргонную лексику с общей минорной интонацией стихов. Жаргон, вкрапленный в стилистически нейтральный или высокий текст, реализует здесь свою главную функцию: снижает тональность написанного.

Еще одним примером употребления нелитературной лексики на данном этапе творчества Бродского оказываются «профессиональные» стихотворения, где использование специфического языка оправдано самим выбором темы. В «Ночном полете» — устройство самолета (*в брюхе Дугласа ночью скитался меж туч и на звезды глядел*), в «Полевой эклоге» — особенности шахтерской работы (*банка — самоспасатель, бадья — шахтерская корзина*). Таким образом, автор воссоздает элементы речи тех, о ком он пишет, реализуя принцип правдоподобия.

Второй период творчества И. Бродского (1964–1980 гг.) характеризуется вниманием поэта к стилистической игре с языковыми единицами. И. Бродский часто обращается к наречию деклассированных социальных элементов. Экспрессивность, даже вульгарность лексики позволяют ему выразить свое неприятие мира, отношение к советской политике, излишней нормативности. И. А. Бродский посредством языка создает новый мир, главной чертой которого оказывается отсутствие границ и правил. В цикле стихов «Камерная музыка» (1964–1965 гг.) арго используется для отрицания как языковой, так и политической нормы. В стихотворении «Перед прогулкой по камере», «Малиновка» используются жаргонизмы *намордник* (козырек на окне камеры), *нары*, *волчок*,

мусор. Доля книжной лексики уменьшается, а доля нейтральной и даже обценной лексики увеличивается. Например, тексты стихотворений «Школьная антология», «Перед памятником А. С. Пушкину в Одессе», «Разговор с небожителем», «Не выходи из комнаты, не совершай ошибку», «Литовский дивертисмент» и др. насыщены жаргонизмами: *В компании с какой-то шантрапой взял магазин и получил три года; Он жарил свою пайку на костре* и под. Таким образом, чем более зрелой становится поэзия Бродского, тем менее он избегает языковой игры, щедро черпая материал как из литературного пласта лексики, так и из той базы, которая находится за границами нормативного употребления.

Последний период эмиграции характеризуется постепенным приятием мира, что отражается, в первую очередь, в лексике. Поэт держит читателя в постоянном напряжении, воссоздавая в своих текстах языковую ситуацию в стране. Например, в стихотворении «Я входил вместо дикого зверя в клетку» используется лагерный словарь (*барак, конвой*) и тюремный сленг (*кликуха, выжигать срок*). А затем — почти полное исключение жаргонизмов из текстов.

Подводя итоги, отметим, что анализ стихотворений И. А. Бродского выявил важнейшую черту языкового творчества поэта — «дерзость» в использовании словаря. В своих текстах, как и все художники слова, Бродский интуитивно старался обновить язык, сделать его понятным не только искушенному, но и обыкновенному, простому читателю. Подобная цель стоит перед каждым писателем. «Поэт — орудие языка, — сказал Бродский, — а язык — это создание социума».

ЛИТЕРАТУРА

Бахтин М. М. Вопросы литературы и эстетика. — М., 1975.

Костомаров В. Г. Наш язык в действии: Очерки современной русской стилистики. — М. : Гардарики, 2005.

Лотман Ю. М. На смерть Жукова (1974) // Как работает стихотворение Бродского / ред. Л. Лосев, В. Полухина. М. : НЛО, 2002. С. 66–67.

СЛОВАРИ

Словарь-справочник лингвистических терминов. Изд. 2-е [электронный ресурс] / под ред. Д. Э. Розенталя, Д. Э. Теленковой — Электрон. дан. — М. : Справочно-информационный интернет-портал Электронная Библиотека Гумер. — Режим доступа: http://www.gumer.info/bibliotek_Buks/Linguist/DicTermin/zh.php, свободный. — Загл. с экрана.

Шулындина Е. В.

магистрант 2-го курса

Уральский федеральный университет

Вербальные сигналы полигlossии в речи современного олигарха*

В процессе коммуникации адресант осознает различия между субъязыками и для достижения коммуникативной гармонии стремится переключаться со своего субъязыка на язык адресата. Под *субъязыком* мы понимаем «подсистему языка, имеющую более узкую сферу употребления» [Скребнев 1975: 32]. Таким образом, в процессе коммуникации наблюдается взаимодействие субъязыков. В разных случаях сигналы многозначности (или полигlossии) «выполняют информационную и/или фатическую функции, осознаются как знаки-идентификаторы, обуславливают конкретный коммуникативный результат» [Купина 2013].

Пытаясь проанализировать характерологические особенности речи российского олигарха, мы обратились к книге Бориса Березовского «Как заработать большие деньги» и к его открытым письмам как к источникам, наглядно демонстрирующим многозначность в письменном тексте.

* Работа выполнена при финансовой поддержке Министерства образования и науки РФ (соглашение № 14.А18.21.0273, проект «Многозначность в социокультурном пространстве современной России»).

Борис Березовский — в прошлом ученый, предприниматель, политический деятель, сегодня — «беглый» российский олигарх. Б. Березовский — неординарная, противоречивая личность, академик и оппозиционер, основатель премии фонда «Триумф» и человек, которого обвиняют в мошенничестве и отмывании денег.

Характерной чертой коммуникативной личности Б. Березовского является умение приспосабливаться к ситуации, осознавать коммуникативные запросы адресата. А. Хинштейн, автор книги о Б. Березовском, обращает внимание на то, что Б. Березовский умел мгновенно завязывать отношения, «он мог найти общий язык с кем угодно» [Хинштейн 2009: 32].

Одно из своих первых открытых писем «О неизбежности краха путинского режима и необходимости новой революции в России» Б. Березовский оформляет в форме сонаты (Первый раздел. Экспозиция (Adagio). Второй раздел. Разработка (grave). Третий раздел. Реприза (Allegro). Естественно, выбор такого оформления письма не случаен: Б. Березовский видит в читателях этого письма образованных, думающих людей, которым не безразлично будущее страны. Письмо написано литературным языком, хотя не лишено фамильярных вкраплений (*Володя; ты*). Автор легко переходит на жаргон с оговоркой, что теперь он начнет говорить на «милом твоему уху языке» (намек на пристрастия В. Путина): *совсем крыша поехала; прикольно; лох; журналюги; ящик; Лужок; Примус; Сурок; Борода; хреново; забей на все, не парься*. Использование социально отмеченной лексики, в том числе кличек политических деятелей, демонстрирует близость Б. Березовского к кругу «своих», из которого он был исключен и против которого выступает в настоящее время.

Перечисленные жаргонизмы «приобретают функции социальных символов» [Крысин 2000: 26]. Б. Березовский легко переходит с языка молодежи на язык криминальный, с общего жаргона на жаргон политиков. В целом в тексте образуются зоны конфликтной сочетаемости: соединение книжно-литературного и нелитературного, сниженного.

Еще одно открытое письмо Б. Березовского «Рожденным не в СССР» выявляет приверженность автора к книжному стилю речи. Вербальные сигналы демонстрируют переход на общественно-политический субъязык. Текст насыщен книжными выражениями общественно-политического характера: *радетель свободного русского народа; свободный народ; свободная Россия; ментально; авторитарная власть; вектор движения России; антиконституционно; узурпация власти*. Подобные сочетания придают тексту пафосный характер, презентуют автора как приверженца либерально-демократических ценностей.

Публицистический пафос ощущается и в «Открытом письме Предстоятелю русской православной церкви Патриарху Кириллу». Адресат послания — Патриарх Московский и всея Руси. Б. Березовский умело переключается на субъязык православия. Вербальные сигналы этого субъязыка: *Ваше святейшество!; глава Русской православной церкви; воскрешение веры; возрождение православия; историческая миссия спасения России; глас народа; Бог*. В этом тексте отсутствует игра сниженными элементами языка. Стилистическая сочетаемость остается в границах книжного стиля.

В книге «Как заработать большие деньги» Б. Березовский так же, как и в письмах, довольно легко переключается с одного функционального стиля на другой, использует соответствующие стилеобразующие средства. Начиная свою книгу как проповедь, он продолжает философские раздумья в публицистическом стиле и, заканчивая, снова переходит на религиозную риторику. Книга написана для всех, кто хочет заработать деньги, а значит, язык книги должен понимать всякий, читающий ее. В целом текст выдержан в философско-публицистическом стиле, но Б. Березовский и здесь умело использует субъязыки, переходя, например, с языка экономики (*макросэкономика; чтобы начать производство, нужны деньги, и чтобы стать потребителем, нужны деньги; Наличие денег — вообще внеэкономическое понятие, потому что рынок нацелен на максимальную экономию денег; торговля; бизнес; миллион долларов*) на субъязык православия (*мир трех лиц; Вашего Духа,*

Доброго Духа и Злого Духа; Абсолют Добра и Абсолют зла; Будет Вам по вере вашей; Иисус Христос; нищие духом).

Следует отметить, что автор употребляет социально отмеченные единицы, относящиеся к нелитературным, некодифицированным языковым сферам (*хреновенько; и ни хрена это ему не дало*).

В тексте также присутствуют средства выразительности, характеризующие креативный речевой облик Б. Березовского. Например, размышляя о том, что волю нужно тренировать, *как спортсмен тренирует мышцы*, автор употребляет окказионализм *вольпинизм*, образованный от слов «воля» и «альпинизм». Б. Березовский склонен к употреблению индивидуальных средств выразительности, что подтверждает индивидуальность его речевой манеры: *Электрон «неделимого» атома отстоит от ядра так же, как булавоочная головка на последней скамье Стадиона «Лужники» (от теннисного мяча посреди этого стадиона); Гигантизм Вселенной и затерянность в ней песчинки — человека — шизофреническая иллюзия XX века; Русских отличает очень сильный мессианский дух, позволявший им, фигурально выражаясь, в лаптях запускать спутники, осушать моря и поворачивать реки»; Прежде всего, нужно проанализировать свой круг общения, отсеять скептиков и нытиков, пессимистов — они как гири на ногах вольпиниста; Казалось бы, чего проще? Загадал себе желание, всерьез захотел чего-то — и вот! оно, готовенькое, из духовки Вселенной...*

Мы подтвердили наличие сигналов многоглаголия в письменных текстах Бориса Березовского. Когда это необходимо, олигарх переходит на субъязык своего адресата. Многоглаголие выступает здесь как средство коммуникативного сотрудничества.

ЛИТЕРАТУРА

Крысин Л. П. Социальная маркированность языковых единиц // Вопросы языкознания. 2000. № 4. С. 26.

Купина Н. А. Разноязычие и многоглаголие в социокультурном пространстве России: к постановке проблемы // Известия уральского университета (в производстве). 2013.

Скребнев Ю. М. Очерк теории стилистики. Горький, 1975.

Хинштейн А. Е. Березовский и Абрамович. Олигархи с большой дороги. М. : ЛОРА, 2009.

ИСТОЧНИКИ

Березовский Б. А. Как заработать большие деньги [электронный ресурс] — 2009. — Режим доступа: <http://borisberezovsky.ru>

Березовский Б. А. О неизбежности краха путинского режима и необходимости новой революции в России [электронный ресурс] — Лондон, 2007. — Режим доступа: <http://blogs.pravda.com.ua/authors/berezovsky/46cab854e1e23/>

Березовский Б. А. Открытое письмо Предстоятелю русской православной церкви Патриарху Кириллу [электронный ресурс] — Лондон, 2012. — Режим доступа: <http://echo.msk.ru/blog/berezovski/849154-echo/>

Березовский Б. А. Рожденным не в СССР [электронный ресурс] — Лондон, 2012. — Режим доступа: <http://nasha-canada.livejournal.com/1170541.html>

Шафаренко Н. Д.

магистрант 1-го курса

Уральского федерального университета

Роль цвета в книге Ю. Левитанского «Кинематограф»

В 1970 году вышла книга Ю. Левитанского «Кинематограф», своим названием ориентирующая читателей на важность визуального начала, которое подразумевает, среди прочего, наличие цвета и в буквальном смысле ярко в нем проявляется. Интересно рассмотреть цветовую палитру этой книги.

За конкретным цветом у автора нет однозначной закреплённости значения. Приведем в пример черный и белый цвета. Они не делятся между собой в стихах как однозначно плохое, грязное, черное, и однозначно хорошее, чистое, белое. Они, хоть и предельно противоположны по своей цветовой природе, едины у Левитанского и вместе составляют жизнь, черно-белое кино (что отмечено художником В. Сидуром, предложившим для первого издания

книги именно черно-белое оформление). Поэт снимает их четкое противопоставление.

Цвет для поэта всегда неоднозначен: так, черный может быть как у существующих в природе реальных (трава, земля, вода, гвозди, пахота, листы бумаги), так и у призрачного, ирреального, нефизического (чернота памяти, призрачный «черный человек», мерцающая чернота, черная яма сна, чернота, неподвластно человеку вползающая в комнату). Черным характеризуются совершенно разные стороны жизни. У Левитанского с этим цветом связано не только земное, но и высокое. И крест Иисуса («на черном огромном кресте / печально и кротко светились / глаза Иисуса»), кресты, стоящие над воспоминаниями, которые нужно «воскресить» («и копать под черными пластами, / в памяти просеивать, как в сите, // слыша, как над черными крестами — / откопайте! — просят — воскресите!..») и — черные слезы («я слезам их черным верю, плачу с ними заодно»), и листы бумаги («дымится бумага, / чернеют листы, / сжигаю мосты»), гвозди («огромные черные гвозди»), земля-пахота-яма («едва во сне, как в черной яме, / рассвет коснулся век моих», «а я так медленно пишу, / ...как землю черную пашу», «я шел туда ночью, / по полю, / по черной пахоте, / ночь была черной», «и вскоре там, где она кончилась, лежала черная земля»).

Черный — это и то, что сохраняет воспоминание, «черные пласты» памяти («и копать под черными пластами, / в памяти просеивать, как в сите, // слыша, как над черными крестами — / откопайте! — просят — воскресите!..»), и то, что искажает воспоминание, делает предметы иными, «черная река забвенья» («когда в окно вползала чернота, / и все предметы делались иными», «и по воде забвенья черной / ко мне соломинка плыла»). Черное может быть как именно черным, черным постоянно (так с горящими чернеющими листьями, черной пахотой), так и временно черным, тем, что только кажется таким из-за отсутствия света (чаще всего это сон или ночь — тогда появляется «черная яма сна», «черный огромный крест», «огромные черные гвозди», черная вода, трава, земля («а дальше — черная вода», «тихий свет над черною травой»,

«и вскоре там, где она кончилась, лежала черная земля»). Примечательно, что «черная земля» появляется в разных контекстах. Она связана с творчеством (пишу как землю черную пашу), с тем, что запоминается, и тем, где хранится это запомнившееся (*копать под черными пластами / слыша, как над черными крестами...*), связана и с такими снами, в которых человек находится как в черной яме, именно яме, с искусством, когда черной землей становится крышка рояля («Сон о рояле»). Черным у Левитанского может быть все: и трава, и земля, и вода. Это и цвет, сквозь который «не видно», равно как и ценный цвет, который составляет половину цветовой гаммы черно-белого кинофильма.

Так же неоднозначен и белый цвет. Бросаются в глаза «равнина» и «даль», которые связаны с ним с одной стороны (*«и даль передо мной была бела»*, *«два огромных телефонных диска, /... на равнине белой, на снегу»*), и «страницы» и «книга», которые связаны с ним с другой стороны (*«словно на белых страницах»*, *«я ведь давно эту белую книгу читаю»*). Белый цвет расширяет пространство, в то время как черный его концентрирует, сужает (черная яма сна), уплощает в нечеткую горизонталь (трава, вода, земля) или пространство черного оказывается бесформенным (чернота, мерцающая где-то там).

В стихах Левитанского белое может приобретать негативный оттенок: показательна характеристика *«белокурый красавец Зигфрид»* в стихотворении «Воспоминанье о нибелунгах», передающая трагизм ситуации из фильма, вышедшего незадолго до начала войны, где этот персонаж умывался кровью дракона. И от белокурости этого красавца, погружавшего себя в кровь, поэту становится больно. Как и черный, белый цвет у Левитанского обладает способностью заглушевать, стирать, «заметать»: *«но тут уже повалит белым-белым, / повалит густо-густо / белым-белым, / но это — уже в полной тишине»*.

И черный, и белый — это цвета, сквозь которые «не видно», из них все появляется и в них же все уходит. Единственное, черный часто идет откуда-то снизу — черные пласты памяти, та же горизонталь земля-вода-трава, а белый, если не идет сверху, как снег,

то хотя бы видится оттуда, с высоты (те же огромные телефонные диски, которые на равнине белой, на снегу).

Почти всегда Левитанским соблюдается деление на черно-белое изображение и цветное: хроматические и ахроматические цвета практически не комбинируются между собой. Хроматические цвета тоже не обладают однозначностью. Цвет может появляться неожиданно там, где его не ждешь, или не появляться там, где он, казалось бы, неизбежен. Цвет может терять свою природность. Зато красным неожиданно становятся снег и небо, связь со светом неожиданно получает оранжевый (актуализируя компонент «слишком»), голубой замещает позицию синего и недостающего в ахроматических цветах позицию серого. Цвет можно проверить на истинность: так, голубой — это кажущийся синий, золотой — то, «что только кажется золотым». «Полутона и оттенки», розовый и лиловый, получает теплая гамма, их немного, потому что акцент в книге ставится на акцентированной проявленности цвета и самом его наличии, нежели на конкретной его градации и точности.

Весь жизненный путь человека — неустанное движение, когда зрелость, с ее оттенками и полутонами, воспринимается не зрелостью как таковой, а тем же детством с его «нехваткой ярких красок» — и у Левитанского как раз передан этот непрерывный процесс «обретения звука и цвета» путем акцентирования чрезмерной степени краски (слишком красное, слишком синее, слишком черное), а не собственно сами полутона и оттенки.

Примеры красного цвета: *«слишком красные восходы»*, *«близко горела деревня, / небо было красным, / и снег подо мною / был красным, / как поле маков... на веранду, застекленную красным... красные помидоры в тарелке... цоканье лошадиных подков / по квадратикам / красных булыжин»*, *«там речь гудит как печь, красна и горяча»*, *«цветная веранда, застекленная красным, зеленым и желтым... красные помидоры в тарелке»*. Красного действительно «слишком»: в текстах четырех стихотворений это слово встречается девять раз. Красный оказывается не просто «слишком», а «сверху до низу» (от неба и до пространства снега, булыжин дороги) и «от мала до велика» (от помидор в тарелке,

квадратиков булыжин, до снега и неба). Интересно: первое, что приходит в голову со словом «красный» — кровь, но кровь у Левитанского становится черной, темной и «пятном»: *«слишком черное от крови на руке твоей пятно», «темные пятна крови»*.

Оранжевый в стихах появляется как «цвет» и как «свет»: это либо оранжевые абажуры (и то, на что они похожи, — тюльпаны и мандарины), либо оранжевый свет, который *«ко мне подступает вплотную, / и мне уже выхода нет»*. Так или иначе, оранжевый оказывается рядом со светом и освещением, но вместе с этим появляются «оранжевые тюльпаны»: тюльпаны, контрастом к окружающему «снегу» (стихотворения «Воспоминание об оранжевых абажурах»). «Не зима», весна, тепло, уют — и без оранжевых тюльпанов нельзя было обойтись. Это — точный, ассоциативный, зрительный символ уюта и *«всей несправедливости мира, / в котором, / как мне казалось, / лишь у меня одного / не было никакого пристанища, / комнаты, / угла, / крова»*. Нельзя было обойтись и без оранжевой кожуры мандаринов на новогоднем снегу: не мандарины, а кожура от них, да еще и на новогоднем снегу, чувство праздника, прошедшего мимо. Кожура мандаринов на снегу — вот то, что есть у лирического героя, притом, что от мечты об уютных оранжевых абажурах его отделяет только «тюлевая шторка метели».

Если красный — не цвет крови, то желтый — не цвет солнца. Есть намек на солнце — желтые пятна на протекающем потолке. Цвет, повторим, теряет природность, это цвет намокшей известки и стекла веранды. Если оранжевый цвет так или иначе «светится», то желтый теряет свое родство со светом, он лишается воздуха из-за этой потери и то расплывается пятном на потолке, то, в лучшем случае, оказывается прозрачным стеклом веранды.

Зеленый цвет: *«до ранней, / зеленой, / последней звезды / сжигаю мосты», «мы срывали влажный зеленый плод», «цветная веранда, застекленная красным, зеленым и желтым», «орехи в зеленых скорлупках с желтым запахом йода»*. Опять же: где зеленые листья — деревья — трава? Цвет возникает у Левитанского, когда без указания на него нельзя точно представить объект. Из-за

этого он не появляется в «естественном» природном значении: что летом зеленые тополя, понятно и так. Поэтому как с желтым, так и с зеленым: цветовой акцент ставится на том, что сделано руками человека, будь то протекающие потолки или стекло веранды. Хотя «природность» зеленого все же есть: цвет неспелых яблок. Зеленый опять же неоднороден, он может обозначать вполне конкретное стекло веранды и яблоки, может обозначать уже менее точно «орехи в зеленых скорлупках» (менее точно, потому что тут должна быть «гамма цветосочетаний» зеленого с каким-то еще, пусть с коричневым, раз орехи уже в «скорлупках», но, опять же, тут важен сам факт наличия цвета, а не его точность) и может обозначать уже совсем абстрактную зеленую звезду (одновременно «раннюю» и «последнюю», что вовсе не противоречиво для Левитанского).

Голубой цвет — цвет «синей рубахи» апреля (*«в своей рубахе синей, / которая казалась голубой»*), которая голубой только кажется: точная метафора, передающая апрельскую обманчивую погоду и внешне теплое, голубое, но внутренне еще синее, апрельское небо. Хотя снова нельзя сказать, что цвет этот связан с природой, с небом: это всего лишь цвет рубахи, да и то цвет только «кажущийся». С этой стороны, к голубому близок золотой цвет, который, развивая компонент «блесткости», тоже получает оттенок «кажущегося»: *«пусть они знают, что неподдельно, / а что только кажется золотым»*.

Синий цвет: у Левитанского возникает ряд «день новогодний, теплый, весенний, синий», когда неоднородные по своим значениям прилагательные оказываются в контексте равноценными (*«под куполами, золотом, синевою, / я с непокрытой шестую головою... день новогодний, теплый, весенний, синий... синью наполни очи лесных проталин»*). Возникает связь синего, новогоднего, праздничного дня и «щегольства» в синей рубахе: цвет редкий и «неповседневный», щегольской, и в то же время вместе с таким простым, «будним» словом «рубаха». Цвет апреля, синий связывает в одно Новый год и весну (ряд «новогодний-весенний-синий»). Цвет с нечеткими границами (синева), «жидкий» цвет

(им можно «наполнить» очи проталин), он может «казаться голубым», но при этом оставаться синим.

Розовый: *«сало было розовым и соленным...сало было розовое, / как младенец, / розовое и веснушчатое, / как наш старшина после бани...некто ликующе розовощекий»*. Цвет сала опять-таки не точный его цвет. Интересно, что многое у Левитанского «очеловечивается»: апрель шеголяет в синей рубаше, сало становится кем-то «ликующе розовощеким». Розовый — цвет только сала и только этого стихотворения. Это яркий пример того, как один цвет окрашивает все воспоминание в стихотворении: цветовые акценты расставлены так, что чем ближе к концу, тем больше оно наполняется розовым (который оттеняет только «очеловечившийся» «рыжий верзила с нахальной ухмылкой»), тем больше оно «наполняется» салом. Идет по нарастающей: *«Сало было розовое, / как младенец, / как наш старшина после бани, / этакий рыжий верзила / с нахальной ухмылкой, / некто хохочущий, / некто ликующе розовощекий, этакий улыбающийся / господин в цилиндре, / некий факир / по имени Сало, / господин Сало, / ах, господин Сало...»*. Сало вырастает, разрастается, от младенца к верзиле, от ухмылки к хохоту и ликованию, затем к загадочной улыбке — и Сало уже господин, фокусник, факир, вместе с Судьбой проделавший этот фокус на грани жизни и смерти, а может быть, и сама Судьба. Розовый так и остается связанным только с тем «куском сала», выделяясь и не смешиваясь с цветовой радугой.

В стихах цвет может использоваться Левитанским, условно говоря, двумя способами: как «чуть-чуть и пестро» или как «один и много». В первом случае с помощью разного цвета в стихах наглядно и ярко расставляются смысловые акценты, во втором — один цвет, гиперболизируясь, может обусловить все стихотворение. Примером первого случая может стать «Воспоминание о цветных стеклах», где категория цвета напрямую связана с тем первым, «самым первым, цветным» воспоминанием лирического героя о «цветной веранде, застекленной красным, зеленым и желтым», которую запомнит лирический герой как первое детское

впечатление и которая будет «мелькать вдали красным, зеленым и желтым» по разным стихотворениям книги.

Примером второго случая может стать красный цвет в «Воспоминание о красном снеге». Левитанский обыгрывает «горячесть» красного и сходство снежного покрова с «покрывалом», говоря: *«и было тепло на этом снегу, / как в детстве / под одеялом, / и я уже засыпал»*. От абстрактных выражений, благодаря метафоре, мысли лирического героя переносятся в воспоминание о буквальном засыпании под одеялом. Через все стихотворение проходит оксюморонность замерзания в снегу. В снегу теплом и красном. Не случайно выбран красный, «крикливый» цвет — цвет пожара, войны, самый раздражающий глаза цвет: когда становится нехорошо, первым делом глаз зацепляется за этот цвет и вытаскивает его отовсюду, вытаскивает так режуще, что смотреть становится больно. Красным в стихотворении становится все вокруг — и небо, и снег, и все внутри — даже воспоминания. Через нагнетение этого цвета, в сущности, передается усиление холода и все большее замерзание, замерзание до глубины души, когда сознание вот-вот отключится, и в нем возникают картины прошлого, светлого, действительно «теплого» прошлого, с цветущими золотыми шарами, с «застекленной» от внешнего мира верандой, где красный — действительно красный, «съедобный» цвет помидоров, контрастом к «нетеплому», неживому, никакому снегу, в котором замерзал лирический герой. Стихотворение — как борьба человека с холодом, борьба лирического героя с красным цветом, борьба неравная, потому что один бессильно лежит, поверженный, а второй проникает даже в его воспоминания. Красный влечет его за собой, в холодное небытие воспоминанием теплого детства, тоже красного, но красного по-другому, по-теплому, и ему почти удастся это: о том, что лирический герой все же «не сдался» цвету, можно судить по тому, что стихотворение написано от первого лица и в прошедшем времени («я уже засыпал»).

В стихах Левитанского разнородные составляющие мира связаны между собой настолько, что порой меняются друг с другом своими составляющими или сплавляются, казалось бы,

в несочетаемо причудливые, но точные формулы. Так, цвет может сближаться со светом или даже с запахом, и можно наблюдать такие сочетания, как, например, *«желтый запах йода»* или *«круглый оранжевый свет»*.

Как прием Левитанский использует и факт отсутствия цвета, благодаря такому «минус-цвету» создается своеобразный фон, и в стихотворении отчетливей проступает то, что раскрашено. Левитанский сознательно выводит на поверхность определенные цвета и замалчивает другие. Часто в одном стихотворении наличествует только один цвет. К примеру, желтый в «Воспоминанье о дождевых каплях» (*«потолки протекали, / на них выступали желтые пятна»*), который, за счет отсутствия других цветов, становится ярче и заметней. В стихотворении о красном снеге автором сознательно нагнетается красный и ни разу не упоминается белый как основной цвет снега. Так, в «Воспоминанье о Марусе» «подцвечивается» только одно «зеленое яблоко»: то, что запомнил лирический герой, хотя забыл многое, даже Марусино лицо. Цвета у Левитанского вообще хорошо запоминаются (что отражает фрагментарность памяти человека): дорогое лицо забыл совсем, а «влажный зеленый плод» врезался в память.

Граница между цветом и светом в стихах может быть размыта. Часто свет и темнота появляются тогда, когда необходимо убрать какой-то цвет, чтобы подчеркнуть другой (пример с «темными пятнами крови», которые перемещают акцент на «огромные черные гвозди»). Часто и наоборот: появляется изменившийся из-за отсутствия света цвет (так во многом происходит с черным, «ночным» цветом, когда предметы черными только кажутся). Между цветом и светом нет четкой границы: появляются «круглый оранжевый свет» и «темные пятна крови». Вместо того чтобы в одном случае сделать акцент именно на самом световом луче, он делается на форме его подачи: «круглый» пучок света доводится до оранжевого и направляется на лирического героя с такой силой, что ему *«уже выхода нет»*; свет доводится до такой степени, что ослепляет, не оставляет выбора, не помогает различать предметы, а наоборот делает их «невидными», как черный или белый цвет.

В другом случае можно было сказать не *«темные пятна крови»*, а конкретней: «кровь» в книге окрашена черным, а черный, в свою очередь, может иметь свою градацию.

Примечательно, что детали, которые запоминаются и подцвечиваются, проступают из отсутствия света, «из мрака»: *«о, необъяснимое стремленье / на мгновенье выхватить из мрака // берег, одинокое строенье, / женский профиль, поле, край оврага, // санки, елку, нитку канители, / абажур за шторкою метели, // стеклышко цветное на веранде, / яблоко зеленое на ветке...»*. Интересно, что цвет напрямую связан с запоминанием и памятью: некоторые стихи даже названы «Воспоминаниями», как бы давая убедиться, что цвет — это лучшее, что запоминается, что «выбирает» со временем с самого глубокого дна память человека. Да и во всех стихотворениях «Кинематографа», где появляется цвет, связывается он с памятью, с запоминанием, с наибольшей наглядностью и контрастностью окружающему бесцветью. Так, в стихотворении «Отмечая времени быстрый ход...» есть единственный цвет — голубой, контрастный к остальному «неясному контуру» стихотворения, цвет дымки, в которой растает тень лирического героя, последнее, что от него останется и от него запомнится.

Пусть цветовые акценты в «Кинематографе» не главные, но во многом определяющие для этой книги. В следующих книгах Левитанского цветовое начало будет развиваться и углубляться. Так же, как в «Кинематографе», есть стихи целиком посвященные одному цвету — об оранжевых абажурах, о красном снеге, — в последующих книгах тоже будут свои «одноцветовые» стихи — к примеру, «Праздник зеленого цвета или «Испытания тремя пространствами», в каждом из которых цвет — белый, красный и зеленый — является основным критерием их разделения; появляются стихи «Красный боярышник, веточка, весть о пожаре...», где признак цвета станет первой, бросающейся в глаза важной характеристикой предмета, ветки боярышника; отталкиваясь именно от цвета, в стихотворении начнет разворачиваться метафора. Наконец, в 1991 г. выйдет в свет книга Левитанского «Белые стихи», пусть названная так в основном из-за особенностей стихосложения

(но ведь стихи все равно «белые»). Поэт через всю эту книгу протянет прочную длинную нить белого цвета, выступающего как метафора целой книги, в которой будет и «белое пламя», и «белый костер», и «белые лилии», и «белые акации».

ЛИТЕРАТУРА

Левитанский Ю. Д. Избранное. М. : Художественная литература, 1982.

Левитанский Ю. Д. Черно-белое кино. М. : Время, 2005.

АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ СТИЛИСТИКИ И ЖАНРОВЕДЕНИЯ

Долгушина А. С.

студентка 3-го курса

Уральский федеральный университет

Современная массовая литература для детей и подростков: проблема поддержания / корректировки стереотипов

Детская литература, по определению, выполняет дидактические и миростроительные функции; иными словами, авторы детских книг строят в сознании ребенка устойчивую картину мира. Эффективность выполнения этих функций оттачивалась поколениями авторов, работающих для детей, поэтому неизбежно сформировались шаблоны, которыми литераторы пользуются для достижения своей цели. В результате складывается устойчивая система жанров, каждый из которых обладает четкой фабульной схемой, типологией героев и т. п. Именно эти жанры составляют основу массовой детской литературы, которая не просто учит детей неким базовым ценностям и базовым же интерпретационным операциям, но задает определенные стереотипы, принятые в обществе взрослых и закрепляет их в мировоззрении молодых читателей. Стереотипы меняются со временем, на этот процесс массовая литература также реагирует, либо поддерживая старое, либо, напротив, незаметно отказывая ему в поддержке [Купина, Литовская 2009: 55–57].

Какие именно стереотипы задаются, а какие корректируются современной детской массовой литературой, каким образом они оформляются, мы рассмотрим в общем виде на таких значимых жанрах детской литературы, как подростковый роман для девочек,

детский детектив, исторический роман с «фантастическим смещением». Серии «Романы для девочек», «Романы для девочек: Первый роман», «Книги для девочек», «Черный котенок», «Детский детектив» и др.) выходят огромными тиражами и периодически допечатываются. По наблюдению социолога литературы Л. Гудкова, «массовая литература вся строится вокруг «действия» (не рефлексии, не медитации, не саморепрезентации), а именно ценностной прагматики активного действия (его тематизации, коллизий, моделей, прослеживания последствий во взаимодействии с партнером, опыта самоотождествления и самоопределения в ходе подобного взаимодействия и прочее)» [Гудков 2011: 586]. Эта особенность предполагает, что нормативные ценности, предлагаемые массовой литературой, не столько непосредственно проговариваются, сколько скрываются в фабуле, по определению повторяющейся и схематичной. Схематичность бросается в глаза даже при прочтении двух-трех романов одного жанра: благодаря этому, читатель получает регулярное подкрепление / корректировку своих представлений о мире.

Так, роман для девочек предназначен младшим подросткам (10–12 лет). Девочки в этот период жизни очень хотят вырасти и наконец войти в так называемый «трудный» возраст — предвестник настоящей взрослости, о котором мало что знают. Авторы подростковых романов стремятся создать в умах подрастающих девочек образ «правильного подростка» и «нормального взросления».

Фабула этого типа подросткового романа построена следующим образом:

- экспозиция: описание спокойной жизни главной героини романа, сосредоточенной на учебе и взаимоотношениях с родителями;
- завязка: какое-то неожиданное событие нарушает ход текущей жизни, все начинает неожиданно драматически меняться;
- развитие событий: героиня активно действует и пересматривает свое поведение и отношения с другими людьми;

- кульминация: нечто неожиданное и необычное, почти чудесное разряжает создавшееся напряжение;
- развязка: героиня счастливо достигает желаемой взрослости.

В романе универсализована ситуация изменения центра детского мира: общение с родителями и учеба в школе сменяется выстраиванием отношений со сверстниками. Эти романы внешне жизнеподобны, но в них создается идеализированный (в соответствии с популярными представлениями времени написания книги) мир. Это мир материально обеспеченных людей, где родители и дети почти не конфликтуют, потому что старшие — лучшие друзья ребенка. Если конфликты существуют, они легко и успешно преодолеваются через взаимное смирение и мирные уступки. Учеба в школе показана полезной и необходимой, среди учителей непременно находится один необычный и понимающий молодых людей человек, который играет роль наставника. Наставник дополняет родителей, потому что он лучше знает окружение ребенка и может дать ему полезный совет.

Авторы основывают конфликты на стереотипном понимании психологии подростков, соответствующем представлениям читателей. Взросление (главные герои обычно на год-два старше читателей) — это влюбленность и связанные с ней перипетии, а также решение проблем с «комплексом гадкого утенка» у героини. При этом принципиально игнорируются или легко решаются такие проблемы в жизни подростков, как разного рода зависимости, неадекватные способы решения травматических ситуаций, и т. п.

По сути, читателю предлагается образ идеального подростка, такого, какого взрослые хотели бы видеть в реальной жизни, стремящегося к хорошим оценкам, поддерживающего хорошие отношения с родителями, не занимающегося чем-либо запрещенным — будь то прогулы в школе или распитие алкоголя. Обычно это физически и духовно здоровая молодая девушка, симпатичная, обаятельная, умная и интересная. Внутренние проблемы у такой героини однообразны и связаны с любовью и преодолимыми психологическими комплексами. Сложности любви обязательны, они

связаны с неразделенной любовью, ревностью, обманом, реальной или воображаемой соперницей, влюбленностью в другого. В итоге любовь приходит к счастливой взаимности, связанные с внешне-стью комплексы преодолеваются, решаются проблемы с друзьями, а панацеей от всех проблем оказывается выполнение несложных правил психологической саморегуляции, аналогичных тем, что предлагают подростковые глянцевого издания. Таким образом, из различных источников девочки получают одинаковые представления о «нормальной» (нормативной) женственности / мужественности, создается стереотипный образ взросления как неперемногого расцвета и обретения счастливой любви. Эти стереотипы прививаются девочками предподросткового возраста, как бы приоткрывая дверцу в будущее и показывая, какими подростки являются «на самом деле» и какими должны они быть, когда вырастут [Мальчики и девочки 2004: 194].

Детские детективы предназначены для младших подростков. Спецификой возраста является неожиданный для ребенка переход от относительно беззаботной жизни детства к полной трудностей школьной реальности. Желание играть сталкивается с обязанностью обучения, для многих детей этот процесс перехода происходит очень болезненно. Необходимость учиться и мотивированно получать новые знания приводит к созданию жанра детского детектива [Конструируя детское 2011: 64]. Фабульная схема этого жанра не очень отличается от детектива взрослого (преступление или странное, привлекающее внимание событие, которое открывает череду тайн и загадок — поиск разгадки или расследования тайны преступления, сопровождаемый разнообразными приключениями, — неожиданное событие, которое прерывает ход расследования, но потом очень многое объясняет — раскрытие всех обозначенных ранее тайн).

Дети часто воображают себя героическими личностями и играют в различные опасные приключения. В детском детективе такого рода игры как будто переходят в реальность. Дети — главные герои романа действуют самостоятельно, ведут себя, «как взрослые», тогда как взрослые в этих романах всегда пассивны

и безынициативны. Проблемы в этих произведениях у детей всегда тоже не по возрасту взрослые, ведь преступниками являются люди, которые намного старше главных героев.

Ключевой момент понимания детских детективов заключается в их открыто дидактическом характере, направленном на донесение до читателя идеи огромной важности образования и умения рассуждать, благодаря которым герои выбираются из самых сложных ситуаций. Обычно главные герои очень серьезно относятся к занятиям в школе как способу получения новых знаний, читают много книг, чаще всего энциклопедического и образовательного типа. Соответственно, ребенку задается идеал любознательного, всем интересующегося и много знающего школьника и исследователя окружающего мира. Попутно читателю ненавязчиво преподносится полезная образовательная информация, которая обычно является ключом к разгадке тайны. Стереотипный образ сыщика соотносится с образом активного самостоятельного хорошего ученика, на деле понимающего пользу получаемых в школе знаний. Тайна получает рациональное объяснение, а подростки — навык применения абстрактных знаний и кооперации.

Относительно вневременной характер представлений о нормах женственности / мужественности или мотивации к обучению позволяет ориентироваться на сложившиеся стереотипы, поддерживая их соответствующими жанровыми формами. Но есть тексты, сам жанр которых фиксируется на теме расшатывания сложившихся стереотипов [Детская литература 2010: 83]. Их воспитательная задача состоит в том, чтобы воспитать в ребенке независимость мышления и умение взглянуть на привычное, «норму» со стороны. Это, в первую очередь, исторические романы с «фантастическим смещением». Эти книги предназначены для подростков, уже имеющих определенные знания о том или ином периоде истории, а также психологический опыт непонимания и неготовности проинтерпретировать чужое поведение. Универсальная ситуация непонимания другого символически преобразована в фабулу попадания в «не свое» время, когда персонаж с помощью фантастического допущения переносится в прошлое или будущее.

Фабульная схема таких текстов тоже устойчива: герой обычно возвращается в ту точку времени и пространства, откуда начинается его путешествие. За время путешествия он переживает приключения, поводом для которых оказываются изменившиеся нормы и стереотипы. При этом персонажи-дети из разных эпох быстро находят общий язык, составляя в приключениях одну команду. Так обозначается наличие вневременных ценностей: верности, храбрости и т. п.

«Детская книга» Б. Акунина, вошедшая в серию «Жанры», основана на распространенной модели этого жанра детской книги. Ластик — герой-искатель, находящийся в пути, напоминает о сказочных скитаниях Ивана Царевича в поисках царевны. Мистер Ван Дорн — помощник, добрый и мудрый наставник, который направляет героя и помогает ему. Роль царевны достается Соломке, дочери Василия Шуйского, умная, верная подруга Ластика в страшном Средневековье. Есть в книге и набор злодеев: хитрый фокусник Дьяболо Дьяболини, Василий Шуйский и его приспешник, страшный убийца Ондрейка, двуличная Марина Мнишек. Реализована в романе образовательная составляющая: путешествие в прошлое позволяет автору в интересном виде представить читателю познавательные исторические факты — от размышлений о ходе истории до объяснения идиом и комментирования страноведческих реалий.

В то же время в традиционную фабульную схему Акунин вносит новое содержание. Толкование автором исторических событий кажется дерзким и захватывающим. Все течение мировой истории зависит от невероятной красоты драгоценного камня — райского яблока, которое приобрело невероятную силу после своего исчезновения из Райского Сада. Именно с этого момента начинается страшная, полная крови и ужасов история человечества, когда все страшные события знаменуются появлением этого камня. Интересной является и трактовка некоторых известных исторических личностей. Так, например, Лжедмитрий оказывается еще одним путешественником во времени — а именно молодым советским пионером, который готов нести в русское Средневековье просветительские и гуманистические ценности своего времени. Кроме того,

книга лишена традиционного счастливого финала. Победа, то есть возвращение героя в свое время, не означает решения ни одной из проблем. Когда дочитываешь книгу, неожиданно понимаешь, что, по сути, Ластик ничего не изменил. Он следовал предназначению исторических событий, которые оказались сильнее одного человека и его воли. При видимости активного действия в итоге герой оказывается во власти непреодолимых обстоятельств. Для взрослого читателя этот эффект усиливается, благодаря знанию русской истории, и конфликт кажется еще более обостренным.

Открытый финал романа нетипичен для жанров массовой детской литературы. Акунин, показав читателю видимую тщетность борьбы с неумолимым временем, возвращает героя на исходную точку: он прошел долгий мучительный круг приключений, а кажется, будто не сдвинулся с места. Эта безысходность и требует открытого финала с вопросом о соотношении свободы и необходимости, о роли личности в истории, о детерминированности исторических событий и т. п. Остается лишь надежда, главный двигатель и вдохновитель человека, и единственное условие победы — никогда не сдаваться.

Можно сказать, что проблематика этого романа позволяет считать его социально-философским. Используя фабулу «смещения во времени» как прием, писатель, по сути, разрушает разнообразные сложившиеся стереотипы, предлагая читателю не только неожиданную интерпретацию исторических событий (например, оправдание «прогрессиста» Лжедмитрия), но и отказ от «утешающей» модели чтения. Книга, формально принципиально основанная на наборе штампов, преодолевает их и побуждает читателя мыслить самостоятельно.

ЛИТЕРАТУРА

В измерении детства: статьи о детской литературе / отв. ред. М. П. Абашева. — Пермь : ПГПУ, 2008.

Гудков Л. Абортивная модернизация : избр. статьи. М., 2011.

Детская литература сегодня : сб. науч. ст. / под ред. Н. В. Барковской и др. — Екатеринбург : УрГПУ, 2010.

Конструируя детское: филология, история, антропология / под ред. М. Р. Балиной и др. — М. ; СПб., 2011.

Купина Н. А., Литовская М. А. Массовая литература сегодня. — М., 2009.

Мальчики и девочки: реалии социализации : сб. ст. / под ред. М. А. Литовской и др. — Екатеринбург, 2004.

ИСТОЧНИКИ

Акунин Б. Детская книга : Роман. — М., 2005.

Артур Р. Тайна кричащего будильника. — URL: <http://lib.rus.ec/b/114836/read>

Артур Р. Альфред Хичкок и Три Сыщика. Тайна Замка Ужасов. — М., 1993.

Воробей В., Воробей М. Дефиле по подиуму. — М., 2006.

Сестры Воробей. Быть или не быть? — М., 2006.

Сестры Воробей. Сумасшедшие каникулы. — М., 2005.

Роньшин В. Охота на Красную Шапочку. — М., 2001.

Истомина И. А.

*аспирант кафедры риторики и стилистики русского языка
Уральского федерального университета*

Ключевые слова проповеди в функции прагмем*

М. Эпштейн выделяет три класса слов в зависимости от способов их оценочного использования. К первому классу он относит слова, «прямое значение которых ничего не предопределяет в отношении говорящих к обозначаемым ими явлениям», ко второму — слова, «значение которых содержит оценку, — однако не указывается, к чему именно, к какому предмету или явлению относится эта оценка». Третий класс составляют **прагмемы** — слова, «соединяющие предметность и оценочность» [Эпштейн 1991: 19–20].

* Работа выполнена при финансовой поддержке Минобрнауки РФ (Соглашение №14.А18.21.0273, проект «Многоречие в социокультурном пространстве современной России»)

Важно, что в лексическом значении данных слов семантический аспект неразрывно связан с прагматическим, то есть отношением говорящего к сообщаемому. При этом прагмемы обладают силой убеждения [Эпштейн 1991: 19–20].

В проповеди прагмемы выполняют особую регулятивную функцию. Данная функция выделяется при коммуникативном подходе к тексту. Проявлением коммуникативной функции являются способы регулятивности — «принципы и приемы организации значимых для диалога автора и адресата текстовых регулятивных структур» [Болотнова 2011: 34]. С помощью регулятивной стратегии осуществляется «приобщение адресата к мировидению автора» [Там же: 35]. Под регулятивами будем понимать опорные механизмы коммуникации, способствующие ее активизации. Православная проповедь содержит прагмемы-регулятивы, комментирующие культурно-специфические смыслы, которые функционируют только в пространстве православной культуры. Они направлены на понимание адресатом реализуемых в проповеди смыслов.

В роли прагмем-регулятивов выступают ключевые слова проповеди, выражающие мировоззренческую позицию проповедника как автора текста. Ключевые слова проповеди соотносятся с ключевыми универсальными концептами русской культуры.

Для анализа мы выбрали лексему **смерть**. Смерть — многогранное понятие, предмет осмысления физиологии, философии, социологии, искусства и литературы, религии и т. д.

Философское понимание смерти пересекается с физиологическим и религиозным: смерть — это «прекращение жизни, естественный конец единичного живого существа»; завершающий, «конститутивный момент жизни [человека] и мировоззрения» [Гайденко 2010: 571]. В границах этической философии смерть рассматривается как физическое зло (в отличие от морального зла — греха [Этика 2001]).

Религиозное понимание смерти получает двойную интерпретацию. Согласно православному учению, «мир, имеющий свое начало, движется к своей конечной цели — соединению с Богом,

поскольку в своем изначальном и конечном призвании тварь предназначена к соединению с Богом, причастию и приобщению Его жизни» [Флоровский 1998: 115]. В данном случае смерть выступает как переход из земного мира в мир Божественный. В христианской традиции присутствует также отношение к смерти как «каре, постигшей человека вследствие грехопадения» [Этика 2001: 441]. Поэтому преодолением смерти считается «личное спасение» [Там же].

Осмыслению смерти посвящены проповеди русских религиозных философов. Религиозно-философское понимание смерти реализуется в проповедях через ключевые оппозиции «начало — конец», «человеческое — Божественное», «душа — тело». Приведем соответствующие примеры.

Протоиерей Георгий Флоровский определял смерть через ее связь с грехом, разграничивая сферы Божественного и человеческого: *Смерть — неизбежный конец, полное крушение всех человеческих чаяний и устремлений. Смерть — это следствие первородного греха, она — результат падения прародителей. Смерть не создана Богом. Людской смерти не было места в Божественном замысле устройства мира... Смерть была противоестественным удалением от Бога, Творца и Господа человека, — даже физическая смерть, то есть отделение души от тела. Человек смертен, и это — пятно позора...* [Протоиерей Георгий Флоровский: электронный ресурс. Режим доступа: <http://www.vehi.net/florovsky/>]. Смерть является следствием греха, прерогативы человека, не свойственной Богу. Неизбежный конец жизни приближает человека к небесному миру и одновременно с тем удаляет человека от Бога.

Отец Сергей Булгаков рассматривает вопрос человеческой смерти как «отделение духа и души от тела» [Лосский 1991: 258]. По мысли отца Сергия, жизнь борется «со своим негативным двойником — смертью, «мертвым» бытием» [Евлампиев 2003: 28–29]. Земное бытие есть «взаимодействие, борьба двух начал — жизни и смерти» [Там же].

В проповеди отца Сергия «Велелепная слава» развивается тема крестной смерти Христа: *Первое же есть свидетельство о созревшей воле к страданию, к восхождению в Иерусалим для крестной смерти* [Отец Сергей Булгаков: электронный ресурс. Режим доступа: http://slovo.russportal.ru/index.php?id=alphabet.b.bulgakov01_027]. Смерть отождествляется с жертвой, которую претерпел Сын Божий во имя спасения людей, избавления их от вечной смерти. Тематическая линия крестной смерти Господа развивается также в слове отца Павла Флоренского, который называет смерть Христа «насилованной», «самой тяжелой и самой очистительной из трагедий» [Отец Павел Флоренский: электронный ресурс. Режим доступа: <http://www.didaskal.ru/deloN10205>].

Таким образом, в субъязыке православия смерть — не только «прекращение жизнедеятельности организма» [СОШ 2008: 735]. В. И. Даль показывает многогранность понятия смерти, раскладывая его на отдельные составляющие: «конец земной жизни, кончина, разлучение души с телом, умирание, состояние отжившего, конец плотской жизни, воскресение, переход к вечной, к духовной жизни» [СД 1998: 233–234]. Такая трактовка во многом совпадает с христианской. Базовая дихотомия «земное — небесное» определяет взгляд на смерть как на завершение земной жизни и начало жизни вечной. Между двумя этими фазами — этап разлучения души с телом.

Подытожим рассмотрение религиозно-философского понимания смерти словами архимандрита Никифора: «Смерть бывает двоякая: телесная и духовная. Телесная смерть состоит в том, что тело лишается души, которая оживляла его, а духовная в том, что душа лишается благодати Божией, которая оживляла ее высшей духовной жизнью» [Большая энциклопедия русского народа: электронный ресурс. Режим доступа: <http://www.rusinst.ru/razdel.asp?rzd=1>].

Покажем, как реализуется в современных православных проповедях прагма *смерть*.

Из текстов проповедей мы извлекли 5 фрагментов, в которых представлены культурно специфические смыслы лексемы

смерть. Затем мы предложили носителям православной культуры проинтерпретировать значение ключевого слова в границах каждого отрывка. В эксперименте участвовало 30 человек: прихожане храма Вознесения Господня (Екатеринбург) и студенты регентского отделения Духовной семинарии Екатеринбургской митрополии (Екатеринбург).

Приведем соответствующие фрагменты проповедей.

1. *И поистине, взирая на этот мир, мы с вами знаем о многих гениальных каких-то идеях, о стремлениях человечества, которые разбиваются, как волна о скалу, о факт смерти; потому что перед лицом смерти все благие намерения и устремления человечества — ничто, потому что в любой момент вот эта цель и смысл человеческой жизни лопается, как мыльный пузырь* (о. Николай Малета, Екатеринбург; 28. 08. 2007).

В данном случае реализуется прямое значение лексемы **смерть** — «физическое прекращение жизнедеятельности организма». Фразеологизм *перед лицом смерти* передает взгляд на смерть как на грозного палача, который не щадит никого.

Проповедник определяет пространственные ориентиры, соотносящиеся с базовой оппозицией «мир Небесный — мир земной». Регулятив *этот мир* вводит адресата в пространство земного. Местоимение *мы с вами* указывает на субъектов мира земного — всех тех, кто его населяет. В качестве сигналов земного выступают номинации человеческих достижений и чаяний: *гениальные идеи, намерения и устремления человечества*. Устойчивые сравнительные обороты, образно передающие восприятие смерти (*разбиваются, как волна о скалу; лопается, как мыльный пузырь*), вмонтированы в пространство земного.

Проведенный эксперимент дал следующие результаты: 36 % респондентов проинтерпретировали смерть как «прекращение жизни, конец земной жизни»; 23 % — как «крах человеческих желаний»; 10 % — как «грань, рубеж, переход». Ответы респондентов свидетельствуют о понимании прихожанами заложенных проповедником смыслов ключевого слова.

2. ...слово «**грех**» и слово «**смерть**», они равны, то есть **грех** рождает **смерть**, **грех** приводит к **смерти**, и вот все эти болезни, все страдания мы поэтому и носим на себе (о. Игорь Савватеев, Екатеринбург; 29. 07. 2007).

Традиционное христианское понимание смерти как духовного опустошения/заражения грехом связано с повествованием о грехопадении Адама, нарушении Божественного Закона: «Адам и Ева внесли в свою природу смертность, сделались по телу смертными. Если бы человек не вкусил от запрещенного плода, то он не узнал бы смерти» [Дьяченко 2005: 621]. В представленном фрагменте проповеди **смерть** и **грех** («сознательное неподчинение воле Бога, отпадение от Бога и подчинение сатане» [Скляревская 2000: 70]) находятся в причинно-следственных отношениях: грех приводит к смерти души.

Интерпретация информантами данного фрагмента показала следующие результаты: 36 % респондентов считают, что **смерть** — это «убийство, растление души»; 26 % — «наказание за нарушение Заповедей Божиих»; 20 % определили смерть как «болезнь».

3. *Господь наш Иисус Христос Своей крестной смертью приуготовил нам пир веры, вечности и любви* (митрополит Корнилий, Москва; неделя двадцать восьмая по Пятидесятнице, 2011).

В проповеди реализуется особое, ключевое для православной культуры значение лексемы **смерть**. На это указывает определитель **крестная смерть**: Крест как «символ спасения и искупления человечества, знак победы над смертью и адом» [Скляревская 2006: 101] (ср. тропарь Пасхи: *Христос воскрес из мертвых, смертию на смерть наступи, и гробным живот дарова*). Таким образом, **крестная смерть** — это смерть Господа на Кресте ради спасения человечества.

Абсолютное большинство респондентов (73 %) определили смысл слова **смерть** следующим образом: «самоотвержение Христа, дар, искупление, спасение, жертву». 16 % опрошенных выявили значение: «начало вечной жизни». 13 % выделили физический аспект смерти Господа — «трагический конец земной жизни».

4. *Архиепископ Лука, доктор медицинских наук, был крупным советским и мировым ученым, является дважды лауреатом Сталинской премии, он много раз был в ссылках, в заключениях, но как крупнейший специалист он везде был нужен, поэтому это и использовали. Был он в Красноярском крае в изгнании, где его призвали быть руководителем госпиталя. Он являлся преданным исповедником веры, и вот, в конце концов, по **смерти** прославились мощи с истекающим миром. Теперь он является нашим коллегой небесным, небесным покровителем всех врачей верующих* (о. Василий, Екатеринбург; 9. 08. 2008).

В данном фрагменте реализовано культурно-специфическое значение: **смерть** — «переход из земной жизни в вечную».

Особую регулятивную функцию выполняют детали описания жизни архиепископа Луки — параллельные номинации его земных (1) и небесных (2) свершений: *доктор медицинских наук, советский и мировой ученый, лауреат Сталинской премии, крупнейший специалист, руководитель госпиталя* (1); *преданный исповедник веры, наш коллега небесный, небесный покровитель всех верующих врачей* (2).

66 % опрошенных определили смысл ключевого слова следующим образом: «физическая смерть и начало жизни вечной»; 33 % сформулировали значение «переход в жизнь вечную, в Царствие Небесное». Оба варианта толкований включают осмысление перехода в жизнь вечную. Соответственно, мы наблюдаем абсолютное понимание носителями православной культуры специфического христианского смысла анализируемой лексемы, во-первых, причинно-следственную связь между праведной жизнью и переходом в вечность.

5. *Мы сегодня празднуем Успение Божией Матери. И действительно, братия и сестры, только руководствуясь учением Христовым, Евангельским учением, мы можем праздновать **смерть**. Не в смысле праздновать **смерть**, а то, что в нашем земном представлении является **смертью**. Но сегодняшний праздник именуется не «**Смерть** Божией Матери», а «Успение». И то, что мы называем **смертью**, действительно, является своего рода сном,*

и том числе для плоти, которая ляжет до определенного времени в землю, но наступит час, когда и она воскреснет в жизни вечной (о. Николай Малета, Екатеринбург; 28. 08. 2007).

Регулятивом в данном фрагменте выступает номинация церковного праздника в честь земной кончины Богородицы — *Успение Божией Матери*, отмечаемого Церковью 28 августа по новому стилю. Понимание смерти как сна тела связано с учением о Страшном Суде, согласно которому наступит «суд над человечеством после конца мира при Втором пришествии, когда Сын Божий придет во славе судить живых и усопших (воскресших), после чего праведники войдут в Царство Небесное, а грешники будут осуждены на вечные муки в аду» [Скляревская 2006: 170].

Респонденты предложили два почти равных по количеству голосов варианта понимания лексемы: 1. «сон» (46 % опрошенных); 2. «переход в жизнь вечную, освобождение от плоти» (40 %).

Таким образом, эксперимент показал, что носители православной культуры «считывают» культурно-специфические смыслы, присутствующие в проповедях. Прагмемы-регулятивы способствуют приобщению к учению Православной Церкви, воздействуя на сознание прихожан.

ЛИТЕРАТУРА

- Болотнова Н. С. О типологии коммуникативных структур в тексте как форме коммуникации // Вестник ТГПУ, 2011. Вып. 3 (105). С. 34–40.
- Гайденко П. П. Смерть // Новая философская энциклопедия : в 4 т. / Ин-т философии РАН, Нац. общ.-научн. Фонд, Научно-ред. совет : предс. В. С. Степин. М. : Мысль, 2010. Т. III. С. 571–573.
- Евлампиев И. И. Религиозный идеализм С. Н. Булгакова: «за» и «против» // С. Н. Булгаков: pro et contra. Т. 1. СПб., 2003. С. 7–59.
- Лосский Н. О. История русской философии. М., 1991.
- Флоровский Г., прот. Догмат и история. М., 1998.
- Эпштейн М. Идеология и язык // ВЯ. 1991. № 6. С. 19–33.

СЛОВАРИ

- Даль В. Толковый словарь живого великорусского языка : в 4 т. — М., 1998. — Т. 4. — 688 с.
- Дьяченко Г. Полный церковнославянский словарь. М., 1993.

Ожегов С. И., Шведова Н. Ю. Толковый словарь русского языка. М., 2008.

Скляревская Г. Н. Давайте говорить правильно! Лексика православной церковной культуры : краткий словарь-справочник. СПб., М., Академия, 2006.

Этика : энциклопед. словарь / под общ. ред. Р. Г. Апресяна, А. А. Гусейнова. — М. : Гардарики, 2001.

Колесникова П. Л.

магистрант 1-го курса

Уральского федерального университета

Динамика информационно-рекламной политики в сфере образования (на материале рекламных буклетов УрГУ, УГТУ-УПИ и УрФУ)

Наша работа посвящена исследованию актуального жанра — рекламного буклета образовательных учреждений. В последнее время конкуренция на рынке образовательных услуг усилилась. Особенно это положение верно в отношении сферы высшего образования. В 2011–2012 годах в России и, в частности, в Екатеринбурге наблюдался значительный спад количества выпускников средних школ и, следовательно, потенциальных абитуриентов вузов. Несмотря на то, что в современном мире признание образования в качестве общечеловеческой ценности ни у кого не вызывает сомнения, объективные причины (отсутствие достаточного количества молодых людей, которые могли бы заполнить бюджетные места и претендовать на внебюджетное обучение) приводят к активизации вузов на рынке образовательных услуг. Информационно-рекламная политика высшего учебного заведения становится одним из важнейших факторов, определяющих будущее вуза, и рекламный буклет в этих условиях — часть стратегии борьбы за выживание. Особенно это актуально для нового «игрока» на рынке высшего образования — Уральского федерального университета,

возникшего при слиянии двух крупнейших вузов региона: Уральского государственного университета и Уральского государственного технического университета.

В данной работе, сравнивая рекламные буклеты УрГУ, УГТУ-УПИ и УрФУ, мы рассмотрим позиционирование нового учебного заведения — УрФУ, попытаемся описать стилистические и смысловые особенности собранных за последние четыре года текстов и понять, изменились ли после слияния классического и технического университетов стратегии самопрезентации.

Для начала рассмотрим рекламные буклеты УГТУ-УПИ. В визуальном плане эти тексты не привлекают к себе особого внимания: рекламы, как правило, напечатаны на обычном черно-белом принтере на бумаге спокойных, неброских тонов. Редкое исключение — ярко-оранжевый буклет строительного факультета.

Реклама факультетов УГТУ-УПИ носит преимущественно информационный характер. В данных текстах перечисляются специальности, и внутри них прописывается, чем может заниматься будущий студент.

- **230300 — Биомедицинская инженерия (направление)**

*Подготовка специалистов по информационному обеспечению
лечебных заведений и здравоохранения.*

*Подготовка специалистов по конструированию и обслуживанию
новых приборов и аппаратов медицины.*

- **140302 — Физика атомного ядра и частиц**

*Подготовка специалистов по ядерной физике для российских
ядерных центров, научно-исследовательских институтов.*

В целом можно говорить о том, что реклама УГТУ-УПИ эксплуатирует прагматические смыслы, указывает на традиционные ценности образования — его свойство удовлетворять потребности личности, конкретных социальных общностей, общества в целом в обучении, воспитании, развитии, профессиональной подготовке людей [Шибанова 2005: 266]. Рекламодатели, на наш взгляд, отводят главную роль аргументам, указывающим на востребованность выпускников и нужность данной специальности для общества.

«Доводы к логосу» призваны убедить абитуриентов учиться на востребованных специальностях:

- **Механико-машиностроительный факультет УрФУ**
Специальность 190201 — «Автомобиле-и тракторостроение»

Автомобиль стал одним из самых распространенных транспортных средств. Чтобы автомобиль создать, а затем поддерживать в рабочем состоянии, требуется труд высококвалифицированных специалистов.

Значимым аргументом составители рекламных буклетов УГТУ-УПИ считают статистические данные о количестве успешных титулованных людей, работающих в данной области.

- *Современный химфак — это 11 кафедр, из которых 7 выпускающих. На факультете работают 25 докторов наук, более 80 кандидатов наук. В аспирантуре обучается более 40 человек. За весь период существования факультет подготовил более 12 000 специалистов.*

Есть в рекламах УПИ и «довод к авторитету»: это упоминание том, что строительный факультет закончил первый Президент России Б. Н. Ельцин. Статус выпускника свидетельствует о качестве образования и внушает мысль о необходимости поступления на этот факультет.

Средств выразительности в рекламных буклетах УГТУ-УПИ сравнительно мало. Некоторую живость и эмоциональность достаточно рациональной и сухой рекламе данного вуза придают оценочные слова и метафоры, которые, однако, не отличаются оригинальностью

- **240302 — Технология электрохимических производств**

Электрохимия — это отрасль современного научного знания, которая находится на стыке химии и физики, одна из мощных, гибких и универсальных технологий.

- **150202 — оборудование и технология сварочного производства**

Этот факт определяет инженера — сварщика как передового специалиста, эрудированного в смежных областях науки

и техники, а сварочную специальность — как одну из перспективнейших и универсальных.

- *Станкоинструментальная промышленность является сердцем машиностроения* (механико-машиностроительный факультет).

Оценочные и образные средства подчеркивают, что вуз идет в ногу со временем и отвечает запросам данного момента, рекламодатели стремятся показать существующие специальности как востребованные и универсальные.

Рекламы УГТУ-УПИ не всегда составлены грамотно. В них иногда встречаются грамматические и пунктуационные ошибки. Это позволяет ставить вопрос о редакционной подготовке рекламных буклетов УГТУ-УПИ. Очевидно, что их создание не стоит в центре деятельности специально созданной группы лиц, отвечающей за продвижение вуза на рынке образовательных услуг.

Рекламные буклеты УрГУ так же, как и подобные тексты УПИ, являются преимущественно информационными. Как правило, в них есть сообщение о компетенциях будущих выпускников вуза и сферах их возможной деятельности, о вступительных испытаниях, преподавательском составе, изучаемых дисциплинах. Многочисленные упоминания о партнерских связях университета наводят на мысль об успешности и престижности УрГУ.

В рекламах УрГУ значительно чаще встречаются компоненты воздействующего типа. В основном воздействие происходит за счет цитат — прецедентных текстов, которые составители буклетов используют очень умело.

Так, к примеру, высказывания авторитетных людей в рекламных буклетах филологического факультета УрГУ позволяют взглянуть на язык и литературу как на творческую составляющую человеческого духа.

- *Я полагаю, что совместными усилиями писателей, ученых, филологов, журналистов нужно повернуть русский язык к самосознанию и к более полному осуществлению его творческой миссии. Создавать не аналог Французской*

Академии, которая очищает французский язык от заимствований, а научный совет по творческому обновлению и обогащению языка. Языку ничего нельзя ни запретить, ни навязать, но можно ему предлагать в надежде, что он усвоит то, что пойдет ему на пользу. Михаил Эпштейн, филолог и публицист в интервью Александру Генису (УрГУ, филологический факультет, русский язык и литература).

Рекламные буклеты УрГУ напоминают о высокой миссии искусства:

- *Искусство — это важнейшая и серьезнейшая область жизни, высокая миссия человеческой культуры. Томас Манн, XX век* (УрГУ, факультет искусствоведения и культурологии).
- *Жизнь — это искусство, искусство — это жизнь. Йозеф Бойтс* (УрГУ, факультет искусствоведения и культурологии).

Некоторые цитаты, кажется, совсем не вписываются в рекламный канон:

- *Все невытанцевавшееся, все плохенькое, все неспелое оставляйте без последствий* (А. П. Чехов) (филологический факультет УрГУ)

Рекламе свойственно иногда играть на самолюбии читателя, приписывать ему разные положительные качества. Здесь, наоборот, указывается на то, что адресат может быть недостаточно талантлив, что у него не все может получиться в творчестве.

Тексты рекламных буклетов УрГУ иногда демонстрируют образцы оригинальных, творческих текстов с долей юмора.

- *Мы не бандиты, а благородные коммуникаторы* (УрГУ, факультет связей с общественностью и рекламы): неожиданная лексическая сочетаемость в данном фрагменте обыгрывает идею отрицательного отношения к рекламистам и пиарщикам, формирует установку на изменение оценочного полюса.

- *В наших архивах — все мыши компьютерные* (УрГУ, исторический факультет): языковая игра, основанная на многозначности слова, создает эффект неожиданности. Развенчивается стереотипное мнение о том, что история — дисциплина ненужная, никак не связанная с современной жизнью. Напротив, эта реклама показывает, что историк может быть современным, включенным в настоящее.

Воздействие может осуществляться и за счет прямых призывов. Анализируя буклеты УрГУ, можно говорить уже о появлении в них настоящих слоганов — сверхкратких рекламных текстов, которые являются «выразителем основного содержания рекламной концепции, носителем корпоративного имиджа, связующим звеном всех рекламных материалов» [Романова 2013: 7]. Причем доминируют слоганы-директивы, имеющие прямое коммуникативное назначение — побуждать адресата к действию [Белоусова 2006].

- *Поступай на истфак УрГУ!*
- *Вернем миру смысл!* (философский факультет УрГУ)

Воздействие может осуществляться и невербально. Как отмечают специалисты по рекламе, на невербальный аспект рекламного сообщения приходится, как правило, половина нагрузки при передаче сообщения [Лазовская 2007: 10].

Рекламные буклеты УрГУ, в отличие от подобных текстов УГТУ-УПИ, значительно качественнее в полиграфическом плане. Полноцветная печать выполнена на глянцевой бумаге, однако изобразительная сторона не доминирует. Оформление в целом унифицировано: значимое место занимает эмблема УрГУ, название факультета и специальности. В одном и том же месте на всех буклетах размещена фотография, на которой в основном запечатлен образовательный процесс.

Редакционная подготовка рекламных буклетов УрГУ не вызывает вопросов, однако и в этих текстах, как и в буклетах УГТУ-УПИ, встречаются «глазные ошибки».

Рекламные буклеты УрГУ, на наш взгляд, ярче и экспрессивнее своих «предшественников». УрГУ продолжает традиции УрГУ и УПИ, однако рекламная политика нового учебного заведения

претерпевает существенные изменения. Она в большей степени продумана, за создание рекламных буклетов отвечает уже не только сотрудники деканатов, но и профессиональные рекламисты, задача которых — сформировать у абитуриентов яркий, запоминающийся образ нового вуза, наследующий лучшие традиции классического и технического вузов.

В визуальном плане УрФУ, как и УрГУ, оживляет рекламный буклет красочными фотографиями. Однако, на наш взгляд, рекламно-информационная продукция УрФУ более гламурна. В рекламе УрФУ мы не встретим изображений природы, как в рекламе биофака УрГУ, или абстрактных картинок. В рекламе УрФУ, в отличие от УрГУ, отсутствуют снимки дружных коллективов преподавателей и изображения отдельных профессоров и доцентов. Новое учебное заведение выводит на обложку буклетов молодых красивых студентов, блестящий вид которых радует глаз читателя. Студенты жизнерадостно улыбаются, демонстрируя концепцию счастливых людей. В их руках книги (подчеркивается традиционность установки на учебу), рядом изображены компьютеры (закрепляется идея модернизации образования).

В буклетах нового учебного заведения, естественно, есть и информационные компоненты. Это необходимые для ориентировки сведения о направлениях подготовки бакалавриата и магистратуры, о формах обучения и условиях приема, контактные данные. Эта информация необходима абитуриенту для ориентировки.

Существенную роль в рекламных буклетах УрФУ играет воздействующая составляющая. В данных текстах очевидна ориентация на диалогизацию общения с абитуриентом. Во всех рекламных УрФУ появляются вопросно-ответные конструкции. Они привлекают внимание читателя непринужденностью тона. Составитель рекламного текста старается предугадать запросы адресата, задает вопросы и отвечает на них. Это стимулирующий прием, вызывающий активный повышенный интерес со стороны читателя [Лазовская 2007: 21]. Вопросно-ответные конструкции, а также употребление форм 2 л. ед. ч. (*хочешь, любишь, чувствуешь, мечтаешь*)

реализуют контактоустанавливающую функцию, способствуют налаживанию диалога с читателем.

- *Хочешь достичь успеха в бизнесе? Построить стремительную карьеру? Мечтаешь стать экономическим аналитиком? Лучшие других это умеют выпускники высшей школы экономики и менеджмента УрФУ.*
- *Мечтаешь о карьере политика или дипломата? Хочешь знать, как устроено общество? Понять мотивы поступков человека? Писать, говорить и мыслить, как философ? Тебе поступать в институт социальных и политических наук УрФУ!*

Реклама обращается к научным интересам абитуриентов. Вопросно-ответные конструкции поддерживают честолюбивые задумки адресата и призывают исполнить их на факультете. Реклама институтов УрФУ с помощью вопросно-ответных конструкций материализует желания абитуриентов и предлагает исполнить их высокие мечты о вкладе в науку и признании. Единобразие конструктивного приема во всех рекламных буклетах обеспечивает единство рекламного дискурса данного вуза.

В рекламе УрФУ часто появляется ссылка на авторитет. Как правило, составители рекламных текстов в своем буклете перечисляют выдающихся, знаменитых людей, которые в свое время окончили этот факультет. Это стимулирующий прием, который побуждает абитуриентов присоединиться к числу известных и успешных людей.

В рекламе УрФУ есть оценочные слова, которые свидетельствуют об укрупнении образа вуза и его высоких притязаниях:

- *В УрФУ ты можешь стать лучшим в стране специалистом в экономике и управлении* (Высшая школа экономики и менеджмента).
- *Мировое образование в центре России!* (Институт управления и предпринимательства).
- *Успех — вот что создает великих людей* (Институт управления и предпринимательства).

Стоит отметить, что реклама УрФУ намекает на возможность раскрытия творческого потенциала человека. Она привлекает абитуриента не только информацией о востребованных специальностях, но и веселой студенческой жизнью, возможностью быть причастным к разным творческим коллективам.

- *Учебу можно совмещать с работой по специальности, а если остается свободное время — проводить его на футбольном поле, теннисном корте, в рок-клубе или студенческом театре!* (Химико-технологический институт УрФУ).

Формируется образ нового университета — места, где любой человек может реализовать не только потребность в образовании, но и потребность в самореализации в совершенно разных сферах. В целом, можно говорить о том, что реклама УрФУ ориентирована на трансляцию популярного в коммерческом дискурсе концепта *успех*, это реклама для людей, которые стремятся многого добиться в жизни.

Оформление рекламных буклетов и качество печати позволяют сделать вывод о том, что рекламный бюджет УрФУ значительно превышает суммы, потраченные на издание рекламных буклетов классического и технического университетов. Динамика информационно-рекламной политика вуза очевидна: буклеты УрФУ, в отличие от подобных текстов УГТУ-УПИ и УрГУ, решают не только сбытовую, но и имиджевую задачу.

ЛИТЕРАТУРА

Белоусова Н. П. Основные характеристики слогана как субжанра современного российского рекламного дискурса: автореф. дис. ... канд. филол. наук. — Самара, 2006.

Лазовская Н. В. Языковая игра в рекламном дискурсе (на материале русско- и англоязычной рекламы) : автореф. дис. ... канд. филол. наук. — Саратов, 2007.

Между прошлым и будущим: социальные отношения, ценности, институты в изменяющейся России. Материалы VIII международной научно-практической конференции Гуманитарного университета

17–18 мая 2005 года : тез. докл. / редкол.: Л. А. Закс и др. — Екатеринбург : Гуманитарный ун-т, 2005. — Т. 1. — 548 с.

Романова Т. П. Современная слоганистика : учеб. пособие. — Самара : Издательский Дм «Бахрах-М», 2013.

Огоновская А. И.

студентка 3-го курса

Уральского федерального университета

Жанровые особенности ток-шоу: к постановке вопроса*

Жанр ток-шоу не так давно укоренился в сетке российских телевизионных передач. Настало время обобщения канонов жанра. Цель настоящей статьи — выделить жанрообразующие признаки ток-шоу в опоре на специальную литературу и с учетом журналистских практик.

Создателем жанра то-шоу считается Фил Донахью — американский телеведущий. В 1967 г. во время технического перерыва Донахью обратился к зрителям в студии за помощью в формулировке вопросов. Некоторые ответы поразили его, и было решено предоставлять людям возможность высказаться в прямом эфире [См. об этом: Цвик 2004: 254]. Э. Могилевская указывает, что «заполучить себе гостей из числа звезд Донахью было нелегко» из-за низкого рейтинга телеканала, на котором он работал [Могилевская 2006: электр. ресурс]. Тогда он решил сделать акцент не на приглашенных гостях, а на «скандальных проблемах» [Там же]. Например, в первую же неделю одна из программ была посвящена процессу родов, обсуждению мельчайших физиологических подробностей. После новшества, введенного Донахью, в США

* Работа выполнена при финансовой поддержке Минобрнауки РФ (проект «Многоречие в социокультурном пространстве современной России». Соглашение №14.А18.21.0273)

«ток-шоу все меньше и меньше уделяли внимание социальным и политическим вопросам и все больше приобретали скандальный характер» [Могилевская 2006: электр. ресурс].

Ток-шоу — жанр телевизионной журналистики. Это диалогический (разговорный) жанр, о чем свидетельствует значение слова *ток-шоу* в английском языке, «разговорное зрелище», «разговорное представление». Диалогичность всегда сочетается с дискуссионностью: «Ток-шоу — вид телевизионной передачи, ориентированный на многостороннее обсуждение предлагаемой темы» [Эффективное речевое общение 2012: 715]. Обсуждение проблемы носит полилогический характер, т. к. ток-шоу предполагает обязательное «участие приглашенной в студию аудитории» [Цвик 2004: 256]. Специалисты подчеркивают, что ток-шоу представляет собой «современный аналог теледискуссии, заимствованный в связи с возможностью прямого эфира западный жанр, адресованный «не всем, но каждому»» [Вакурова, Московкин 1997: электр. ресурс].

В различных определениях актуализируются разные аспекты жанра ток-шоу. В определении, содержащемся в словаре-справочнике «Эффективное речевое общение (базовые компетенции)», подчеркивается коммуникативная направленность жанра; определение из учебного пособия В. Л. Цвика указывает на особую роль аудитории; Н. В. Вакурова и Л. И. Московкин включают в определение ролевые позиции ведущего и адресата.

В. Л. Цвик обращает внимание на дефиницию из «Словаря языка средств массовой информации США» Т. Элмора: ток-шоу — это «программа широко известного ведущего, интервьюирующего знаменитостей» [Цит. по: Цвик 2004: 256]. В данном случае коммуникативная рамка наполняется особым содержанием: ведущий — яркая харизматическая личность, гости студии — известные люди, «звезды». Приглашение в студию звезд, как показывают наблюдения, не является конституирующим признаком жанра; известность ведущего может быть приобретена им в как период, предшествующий данному ток-шоу, так и в процессе проведения ток-шоу. Кроме того, ведущий мог ранее проявить себя на другом

поприще, т. е. не только и не столько как интервьюер. Таким образом, американская журналистская практика и практика российская не всегда совпадают.

Э. Могилевская предлагает при определении канонов жанра ток-шоу опираться, прежде всего, на его разговорную природу. Она подчеркивает, что ток-шоу — это «разговорный телевизионный жанр, строящийся в вопросно-ответной форме с непременным участием харизматичного ведущего, зрителей в студии, компетентных экспертов и гостей с интересной историей» [Могилевская 2006: электр. ресурс]. Как видим, в жанровый канон входит распределение типовых ролей, которые, однако, могут трансформироваться в зависимости от сверхзадачи и тематики конкретного ток-шоу.

Приведенные определения свидетельствуют о сложной природе жанра ток-шоу. В то же время обязательными признаками жанра остаются разговорность и наличие дискуссионности. Именно с этим связано расширенное понимание ток-шоу как любой «разговорной» передачи, «например, беседы за круглым столом или простого интервью в студии, если его берет достаточно популярный, свободно ведущий себя журналист — «звезда» экрана или радиозэфира» [Телевизионная журналистика 2002: 199].

Л. М. Майданова и С. О. Калганова подразделяют ток-шоу на аналитические, фатические и игровые [см: Майданова 2006: 186]. Информационные ток-шоу, по мнению исследователей, выделять нецелесообразно, т. к. информационные жанры не соответствуют жанроспецифической установке на «речевое действие», представление [Там же]. *Аналитическое ток-шоу* поднимает «самые острые проблемы, рассмотренные с разных сторон» [Там же], обсуждение частной ситуации перерастает в «обширное обсуждение всех причин и следствий», «выходит на более высокий уровень» [Там же: 189]. В пример авторы приводят программу «Времена», «Слушается дело», «К барьеру!».

Фатические ток-шоу (например, «Пять вечеров») сравниваются со «светской беседой», «в которой нет правой или неправой стороны, но есть мнения». Зрителям предоставляется решать, какое из мнений им ближе, «обратиться к собственному опыту».

Отсутствует объективность и дидактические советы от ведущего; «единственный закон: в жизни всякое бывает» [см.: Майданова 2006: 192]. Ведущий старается предоставить каждому право высказаться, чтобы в эфире прозвучало как можно больше «историй». К фактическим ток-шоу, по нашим наблюдениям, можно отнести передачу «Давай поженимся!», в которой, однако, дидактические советы предусмотрены сценарием как позволительные для речевой партии ведущего.

Т. Г. Винокур, разграничивая собственно коммуникативную и фатическую функции, подчеркивает, что последняя «позволяет делать вывод о психостилевом обособлении фатического речевого поведения, состоящего в наиболее свободном и раскованном обнаружении индивидуальной манеры говорящего, которая представляет право использовать весь диапазон коммуникативных ролей-функций соответственно готовности слушающего воспринять их в таком же диапазоне — от «своего» до «чужого» (группового, коллективного)» [Винокур 1993: 136]. «Задача фатического речевого поведения», по мнению Т. Г. Винокура, — «говорить, чтобы высказаться и встретить понимание» [Там же: 139]. Важнейшим коммуникативно-прагматическим результатом фатического взаимодействия является именно взаимопонимание, которое рождается в дискуссионном диалогическом и полилогическом взаимодействии.

В *игровых ток-шоу* ведущие («Поле чудес», «Умницы и умники») «заняты организацией игрового общения». «Ведущий представляет участников, обозначает этапы игры, формулирует задания» [Майданова 2006: 192]. Но главная его функция — «искушать, провоцировать участников, увеличивая остроту игры» [Там же: 194].

Параметрами жанра ток-шоу Г. Кузнецов (заведующий кафедрой телевидения и радиовещания факультета журналистики МГУ) называет «легкость» разговора («для серьезных проблем и форма есть серьезная: теледебаты или дискуссия»), артистизм ведущего (ведущий — «искрометный шоумен», а не «вдумчивый модератор»), а также наличие сценария [Кузнецов 1998: 58].

Отмечая важность замечания Г. Кузнецова, подчеркнем, что «легкость» — это, прежде всего, непринужденность, неофициальность разговорного взаимодействия. Дискуссионность присутствует в ток-шоу скорее как вид спорного диалога, без которого ток-шоу утрачивает жанровое своеобразие.

Полилогичность жанра отражается в возможности представить его как «треугольник» из элементов «ведущий — собеседник — гости» [Эффективное речевое общение 2012: 715]. В качестве собеседников могут «выступать либо специалисты в области обсуждаемых проблем», либо известные люди, медийные личности, обладающие авторитетом у зрителей [Там же], либо (добавим), люди, обладающие определенным жизненным опытом («Давай поженимся!»).

Одно из важнейших отличий ток-шоу от других разговорных телевизионных жанров — жесткая сценарная основа. «Сценарий — литературная запись изобразительного и звукового решения будущего экранного сообщения» [Телевизионная журналистика 2002: электр. ресурс]. Сценарий может быть представлен в разных формах: «от подробного «покадрового» описания зрительного ряда, сопровождаемого дикторским текстом, до сценарного плана, сценарной схемы...» [Там же]. Некоторые сценаристы используют средства художественной выразительности в сценарных текстах, указывают «не только на объекты съемки, но и на нравственное и эмоциональное отношение авторов к событиям, героям, их судьбам, к вещам, их окружающим; иначе говоря, в сценарии выражена авторская позиция, которая помогает режиссеру и оператору находить адекватные образы» [Там же]. В других случаях сценарий отражает только основные моменты хода программы, без включения эмоциональных и образных компонентов. Сценарий задает пространственную организацию передачи, органически связанную с организацией темпоральности.

Необходимость следования сценарию, однако, не отменяет важности роли ведущего. Ток-шоу — это «максимально персонифицированная экранная форма» [Там же]. Для ведущего ток-шоу важны заинтересованность в теме разговора, «дар импровизации»

[Цвик 2004: 257], находчивость, чувство юмора, толерантность, личное обаяние и артистизм. Не случайно многие ведущие ток-шоу — профессиональные актеры (Дмитрий Нагиев, Лариса Гузеева, Александр Олешко, Нона Гришаева, Михаил Ефремов, Елена Проклова и др.). Ведущий должен быть готов к речевой борьбе, обладать эмпатией, умело управлять развитием эмоций, стремиться к fascinácii, не ослаблять контакт между участниками разговора. Конечная его цель — «стать победителем в глазах теле- и радиослушателей в противостоянии всем участникам шоу» [Шаповалова 2008: 5].

Зрительская аудитория ток-шоу может служить просто фоном («Вечерний Ургант», «Поле чудес», «Давай поженимся!») или принимать активное участие в беседе («Пусть говорят», «Доброго здоровья», «Жить здорово»). Среди зрителей могут быть и так называемые «подсадные утки» — никому не известные актеры, «действующие в заданных обстоятельствах», по сценарию. На российском телевидении впервые «подсадные утки» появились в ток-шоу «Окна» и «Большая стирка» [см.: Цвик 2004: 257]. Нередко можно увидеть одни и те же лица среди зрителей в разных программах. Необходимо отметить, что современные технические возможности способствуют развитию «интерактивного телевидения»: зрители, находящиеся у экранов телевизоров, могут принимать участие в шоу: посылать сообщения на форум передачи, отправлять СМС, сообщать информацию по телефону, голосовать («К барьеру!», «Кто хочет стать миллионером?»).

«Жанр ток-шоу скорее развлекательный, чем информационный» [Могилевская 2006: электр. ресурс]. Одним из основных требований все чаще становится «легкость», непринужденность, а также отдаленность от глобальных политических, экономических вопросов [См.: Кузнецов 1998]. Сегодня мы наблюдаем расширение тематических границ ток-шоу. Например, в популярной программе Андрея Малахова «Пусть говорят» часто за обсуждением частных бытовых вопросов стоят проблемы социальные, нравственные, политические, юридические.

Отметим, что в современных ток-шоу часто обсуждаются личные трагедии, связанные, в частности, с убийством, изнасилованием. Последнее не отвечает собственно развлекательной функции ток-шоу, но в силу особенностей жанра «подается» в отвлеченно-развлекательной тональности. Нередко зрители, нарушая этические нормы, обрушиваются на гостей ток-шоу с оскорблениями, унижают их человеческое достоинство.

Таким образом, в последние годы жанр телевизионного ток-шоу приобрел широкое распространение. Первоначальные каноны жанра трансформируются и нередко нарушаются. Фатическая направленность ток-шоу, актуальность тематики, яркая индивидуальность телеведущих, их умение управлять диалогическим и полилогическим коммуникативным взаимодействием — конфликтным и кооперативным — все это обуславливает востребованность ток-шоу широкой аудиторией телезрителей.

ЛИТЕРАТУРА

- Вакурова Н. В., Московкин Л. И. Типология жанров современной экранной продукции [Электронный ресурс]. — Режим доступа : <http://evartist.narod.ru/text3/08.htm>
- Винокур Т. Г. Говорящий и слушающий. Варианты речевого поведения. М. : Наука, 1993.
- Кузнецов Г. В. Ток-шоу: неизвестный жанр? // Журналист. — 1998. — № 11–12. — С. 58–59.
- Майданова Л. М. Практическая стилистика жанров СМИ : учеб. пособие. Екатеринбург : Гуманитарный ун-т, 2006.
- Могилевская Э. Ток-шоу как жанр ТВ: происхождение, разновидности, приемы манипулирования [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://www.relga.ru/Environ/WebObjects/tgu-www.woa/wa/Main?textid=1114&level1=main&level2=articles>
- Телевизионная журналистика : учеб. пособие [Электронный ресурс]. — Режим доступа : <http://evartist.narod.ru/text6/23.htm>
- Шаповалова Н. Г. Модель конфликтной языковой личности участника массмедийного дискурса (на материале радио, телевидения и Интернета) : автореф. дис. ... канд. филол. наук. Саратовский гос. ун-т. — Саратов, 2008.

Цвик В. Л. Телевизионная журналистика : история, теория, практика : учеб. пособие. М. : Аспект Пресс, 2004. — 382 с.

Эффективное речевое общение (базовые компетенции) : словарь-справочник. Красноярск : Изд-во Сибирского федерального университета, 2012. 882 с.

Пантелеева О. А.

магистрант 1-го курса

Уральского федерального университета

Типологическое описание врезок в глянцевах журналах

Врезка, т. е. художественно оформленный фрагмент текста, «заверстанный» посреди полосы со статьей, является стандартным элементом оформления журнальных статей. Задача такого графически выделенного фрагмента — дать читателю возможность составить первоначальное впечатление о статье. В современном мире, где гляцевые журналы часто лишь просматриваются, а не читаются, автор и редактор могут привлечь внимание к материалу только специальными средствами, которые выделяются на фоне сверстанного текста: заголовком, врезками, изобразительным рядом. Врезки — очень важные элементы как мужского, так и женского гляцевого журнала: они создают на страницах подобных изданий особую выразительность, служащую для привлечения непроизвольного внимания целевого адресата; содержат в себе как стандартно-информативные единицы, так и экспрессивно-выразительные единицы, которые работают на создание яркого, выразительного, запоминающего текста, цепляющего внимание читателя.

В качестве материала нашего исследования выступает корпус врезок, извлеченных методом сплошной выборки из мужских и женских гляцевых изданий: «GQ», «Esquire», «Cosmopolitan», «Glamour». Общее количество исследованных единиц — 500 штук.

Обязательный этап изучения того или иного феномена — типологическое описание. Представляется возможным провести классификацию врезок в журнальных текстах по двум основаниям. Первое — автор фразы. В качестве подобного источника может выступать или герой статьи/интервью, или журналист, который написал эту статью. То, чье слово может привлечь внимание к материалу, безусловно, значимо для редакции. Второе основание для классификации — тип отношений врезки с текстом журналистского материала. Выражения во врезке могут точно дублировать какую-либо часть статьи, могут представлять собой трансформированный фрагмент материала, а также являться совершенно самостоятельным в смысловом и формальном плане элементом текста. Представим эти данные в таблице.

Источник сообщения	Тип отношений с основным текстом
Журналист	<ul style="list-style-type: none">• дублирование• трансформация• новая фраза, сконструированная автором
Герой	<ul style="list-style-type: none">• дублирование• трансформация• новая фраза, приписываемая герою

Комбинируя признаки, заявленные в основаниях классификаций, мы получили 6 видов графически выделенных фрагментов в журналах «Cosmopolitan», «Glamour», «GQ» и «Esquire». Рассмотрим разные типы врезок на примере анализируемых журналов, проанализируем причины, побуждающие редактора сделать выбор в пользу того или иного приема.

Ситуация, когда источником слов, которые выносятся на «плашку», становится журналист, достаточно частотна: примерно в 40 % случаев наблюдаем собственно авторские слова во врезках как в мужских, так и в женских гляцевых журналах. Врезки с авторским текстом могут представлять собой следующее:

1. Врезка — нетрансформированная цитата из авторской речи. В этом случае автору важно продублировать собственную

мысль для актуализации определенных смыслов. Приведем примеры:

Врезка: Почему мы не трогаем огонь руками, зная, что можно обжечься? (Cosmopolitan март 2011)

Врезка: Дабы казаться «чернее», Марли просил жену мазать ему волосы кремом для обуви (GQ май 2012)

Примеры подобных врезок показывают, что они обычно достаточно выразительны: в них использованы риторические приемы или тропы, тематика, представленная во фрагменте, может удивить широкую публику.

2. Врезка — трансформированная авторская фраза. Рассмотрим несколько графически выделенных фрагментов, сравнивая изменения, которые происходят в тексте врезки по отношению к исходному тексту.

Исходный текст: Ну-ка, взяли блокноты и записываем, подсчитываем личный вклад каждого из вас в ваши отношения. Кто в вашем доме клоун? А кто диджей? Кто платит по счетам?

Врезка: Пора взять и подсчитать вклад каждого в отношения. Кто из вас клоун? А кто диджей? (Glamour сентябрь 2005)

Исходный текст: Многие считают, что живая мимика и частые улыбки вызывают морщины. Я с этим не согласна и считаю, что морщины появляются не из-за перенапряжения мышц лица, а из-за их дряблости.

Врезка: Морщины появляются не от живой мимики и частого смеха, а от дряблости мышц. Смейтесь на здоровье! (Glamour сентябрь 2005)

В данных примерах происходит сокращение основного текста, удаляются ряды однородных членов, ненужные повторы, длинноты. Автор делает это осознанно: для того чтобы текст врезки проще воспринимался читателем, необходимо выразиться кратко. Помимо этого, во втором примере автор удаляет во врезке местоимение *я*, маскируя свое собственное мнение под общепризнанное утверждение, при этом появляется риторическое восклицание-побуждение, которое привлекает внимание читателя. В обоих примерах мы наблюдаем смену модальности — появляется

модальность долженствования (ср. *Подсчитываем личный вклад каждого — Пора взять и подсчитать вклад каждого*), используется повелительное наклонение (*Смейтесь на здоровье!*). Это свидетельствует о повышении степени адресации текста, об использовании специальных лексических средств привлечения внимания к врезке, а значит, и журнальному материалу в целом.

Исходный текст: Следует заметить, что сегодня борода укоренилась в мейнстриме как никогда за пару столетий. Она переживает золотой век. И возможно, именно сейчас можно забыть о бороде как символе протеста и неконформизма.

Врезка: Можно забыть о бороде как символе протеста и неконформизма. Она переживает золотой век (GQ июль 2011).

Из исходного высказывания уходит первое предложение, остаются два последующих, которые меняются местами и редактируются. Сокращению подвергаются слова уточняющего характера (*именно сейчас, возможно*). Во врезке остаются олицетворение и перефраз, которые, несмотря на нарушение лексической сочетаемости (*борода переживает золотой век*), повышают выразительность врезки.

3. Врезка — авторская фраза, специально сконструированная для врезки. В таких случаях врезка носит комплементарный, а не дублирующий характер. Она не извлекается как готовый фрагмент из основного текста статьи, а представляет собой некое суммирующее высказывание. Автор стремится дополнить основной текст статьи интересными комментариями, повысить степень её информативности. Приведем примеры:

Врезка: Планируйте ваш роман, как успешный бизнес-проект, — это сработает! (Glamour октябрь 2007). Врезка является дополнением к основному тексту статьи. В материале речь идет о взаимоотношениях между мужчинами и женщинами. С помощью использования врезки, содержащей новую информацию, автор дает совет, которым может руководствоваться читательница.

Врезка: Если проводить параллели с автомобильным миром — такая динамика разгона до «сотни» доступна лишь немногим суперкарам (GQ июнь 2011). В мужских изданиях подобные

авторские врезки скорее выполняют информативную функцию. Новая информация привлекает внимание, настраивает читателя на определенную тематику, в данном случае — автомобильную.

В процессе анализа материала мы отметили, что женские журналы больше тяготеют к использованию во врезке собственно авторских слов, чем мужские, что связано с наличием большего количества статей, носящих аналитический характер, в женских изданиях. Для женской аудитории оказывается важным мнение автора, такой же женщины, которая во многом становится для неё лучшим другом и хорошим советчиком.

В целом, примерно 60 % собранных нами высказываний отражают ситуации, когда во врезку выносятся слова героя. Этот показатель связан с желанием журналистов делать все большее количество материалов непосредственно от первого лица героя, при этом данный процент оказывается выше в мужских изданиях. Графически выделенные фрагменты в этом случае могут приобретать следующий вид:

1. Врезка — нетрансформированная цитата из речи персонажа статьи. Появление такого фрагмента чужой речи в графически выделенном фрагменте текста связано это с тем, что автору важно точно передать мысль героя. Чаще всего подобные фразы изначально лаконичны, выразительны, не требуют сокращения или изменения. Редактором продублированы во врезке самые яркие, экспрессивные выражения из речи героя материала.

Врезка: «Я — рыцарь Красоты. Я соблазняю, как Казанова. Только не раздевая, а одевая вас» (Glamour октябрь 2007)

Врезка: Им ведь не надо, чтобы я пол мел. Им надо унижить меня, чтобы я веник в руки взял (Esquire март 2012)

2. Врезка — трансформированная цитата из речи героя. Данное явление наблюдается в журнальном тексте довольно часто. Главным образом трансформация происходит для усиления динамики высказывания и экономии журнального пространства — создания яркого, но лаконичного высказывания. Приведем примеры:

Исходный текст: «Было время, когда я, видимо, делала что-то не так и невольно влюбляла в себя всех окружающих мужчин. С одним очень близким мне человеком я даже перестала общаться на несколько лет. Сейчас, к счастью, мы снова начали дружить. Нет, я не хвастаюсь такими случаями, наоборот, теперь я стараюсь всегда контролировать ситуацию»

Врезка: «Было время, когда я невольно влюбляла в себя всех окружающих мужчин. Это приносило массу неудобств. Теперь же контролирую ситуацию» (Glamour, сентябрь 2008).

Происходит трансформация основного текста: основная мысль не видоизменяется, но фраза становится более лаконичной. Детализация заменяется обобщающим высказыванием. Экспрессивность фразы усиливается с помощью концентрации во врезке простых, в отдельных случаях — неполных, предложений.

Исходный текст: «Мы с ним выпивали пару раз, но с ним особо не разгуляешься — его ведь дома ждет большая семья»

Врезка: «Пару раз я выпивала вместе с Питом, но с ним особо не разгуляешься — его ведь дома ждет огромная семья!» (Glamour октябрь 2009)

В этом примере исходная фраза трансформируется в риторическое восклицание, при этом определение «большая» заменяется на «огромная», происходит гиперболизация признака. В цитате появляется имя собственное, замененное в основном тексте местоимением он: это позволяет устранить тавтологию и более понятно рассказать читателю о сложившейся ситуации.

Исходный текст: «Возможно, порой я бываю непредсказуема, но это ведь не означает, что я опасна! Я же только истязую, экспериментирую исключительно над собой»

Врезка: «Я непредсказуема. Но это не значит, что я опасна. Никого не обижаю, не мучаю. Экспериментирую только над собой» (Cosmopolitan, февраль 2010).

Трансформация речи героини позволяет сформулировать мысль точнее, выразительнее. Значимой оказывается ключевая характеристика героини (*непредсказуема*), которая вписывается во фразу с реальной модальностью, она утверждается

безапелляционно, в то время как в исходном тексте присутствует модальность возможного.

Исходный текст: *«Так я далеко не совершенство. Но и пороков настоящих у меня вроде бы тоже нет. Может быть, пью слишком много кофе? Ещё я ем много сахара. Но, по моему мнению, жизнь без сладкого — не жизнь»*

Врезка: *«Пороков у меня нет. Только много пью кофе и люблю сладкое. Но что за жизнь без сладкого?»* (Glamour сентябрь 2005)

Опять в основе трансформации исходного текста процедура сокращения, которая позволяет иронично, используя категоричные фразы и риторический вопрос, нарисовать портрет героини.

Основные цели трансформации прямой речи персонажей журнальных материалов — экономия текстового пространства, более лаконичная подача мысли с упором на использование приемов выразительности и увеличение динамики высказывания в графически выделенном фрагменте статьи. Экспрессивный синтаксис, появляющийся в высказываниях врезок после трансформации исходного текста, характерен прежде всего для журналов «Glamour» и «Cosmopolitan», ведь девушка, читающая эти журналы, по мнению редакторов, живет быстрой и динамичной жизнью.

В мужских журналах было обнаружено очень мало примеров на трансформацию речи героя, обычно журналист стремится сохранить неизменной речь персонажа, которая часто сама по себе является экспрессивной и емкой по смыслу. Но пример на данный тип можно найти:

Исходный текст: *В 1989 году все вышло из-под контроля: стадионы. Куча фанатов, мания какая-то, куда ни приезжаем — разломанные стулья и битые окна, страшные битвы с ментами. Фанаты костры на улице жгут. Трамваи угоняют. Причем это носило какой-то идиотский характер. Людям уже было не интересно. Что мы играем, им плевать было, главное было устроить очередной погром, истерику. Мы уже от «Ласкового мая» ничем не отличались.*

Врезка: *Фанаты костры на улице жгут, трамваи угоняют. А мы уже от «Ласкового мая» ничем не отличались* (GQ апрель 2012).

Автором используется прием компрессии (сжатия), во врезке остается главная информация, касающаяся фанатов и самих представителей музыкальной группы. Смысл высказывания передан точно: «фанаты начали вести себя плохо, нарушая общественные правила; музыкальный коллектив, благодаря такому их поведению, стал похож на группу «Ласковый май»». Название группы используется в качестве символа неадекватной фанатской преданности. Использование прецедентного имени собственного позволяет построить аналогию и подчеркнуть абсурдность складывающейся ситуации.

3. Врезка — новая фраза, приписываемая герою. Это высказывание — нечто совершенно новое, чего нет в статье. Фраза связана с темами, отраженными в интервью героя, однако является дополнением к основному тексту интервью или материалу о герое. Во врезках находят отражение самые разнообразные темы, которые обсуждаются с героями и интересны читателю — взаимоотношения с противоположным полом, карьерный рост, внешность, диеты, политика и т. д.

Врезка: *«Если мне хочется перекусить в три утра, я себе в этом не отказываю»* (Glamour, октябрь 2009). Новая фраза, появившиеся во врезке, принадлежит голливудской актрисе Деми Мур, её поклонники явно захотят почитать о её жизни подробнее, увидев, что она высказывается прямо, искренно, откровенно комментирует свои недостатки.

Врезка: *«Политика — на самом деле чистое дело. Но, видимо, у меня некий дефект внутренний, потому что я ненавижу власть»* (GQ июнь 2011). Во врезке герой высказывает свою позицию по поводу власти, прочитав врезку, читатель заинтересовывается высказыванием Бориса Березовского, у него появляется желание прочитать текст статьи.

Представляется, что подобные тексты врезок, добавляющих ещё одну реплику к речи главного героя статьи, образно представляют основу «философии» персонажа журнального материала: любовь к собственной персоне, гражданскую ответственность, фатализм и т. д.

В мужских изданиях врезки «от первого лица» намного более частотны, чем в женских. Для современной мужской аудитории оказывается привлекательным жанр интервью, мужчинам интереснее читать реальные истории с реальными людьми, которые могут поделиться своим опытом, выразить свою позицию и заинтересовать небанальной информацией.

Проанализировав статистику использования разных типов графически выделенных фрагментов журнального текста, можно сделать следующие выводы.

В женских глянцевах журналах основной текст статьи, взятый для врезки, примерно в 50 % случаев трансформируется. Связано это с тенденцией к усилению выразительности выделенной фразы, созданию краткой, лаконичной, а главное, привлекающей внимание целевого адресата врезки. Приемом усечения достигается динамизм высказывания. В 30 % случаев журналистом для врезки берется совершенно новая фраза, которой нет в основном тексте статьи: так автор передает нам новую информацию, повышает информативную насыщенность материала. А в остальных 20 % процентах автор полностью дублирует во врезке фразу из основной статьи. Происходит это, как мы видим, редко, для журналиста оказывается важнее предать новую или выразительнее преподнести уже имеющуюся информацию.

В мужских глянцевах изданиях «Esquire» и «GQ» в 50 % случаев автор дублирует во врезке собственные слова или слова героя, это объясняется установкой анализируемых журналов на достоверность и точность передачи информации. Автору важны первоисточник, авторская фраза и актуализируемый героем смысл. Остальные 50 % врезок делятся примерно поровну. 25 % врезок приходятся на создание совершенно новой фразы для графически выделенного фрагмента, что помогает автору дополнить материал сопутствующими комментариями, и 25 % — на трансформацию уже существующей информации, что помогает полнее и ярче выразить мысль на ограниченном текстовом пространстве одной врезки.

В заключение подчеркнем, что типологическое исследование графически выделенных фрагментов текста в глянцевах журналах может позволить создать осознанную технологию разработки и оформления материалов гендерноориентированных изданий.

Рассохина Н. Н.

магистрант 1-го курса

Уральский федеральный университет

Нестандартная стилистическая сочетаемость в границах заголовочных комплексов онлайн-газет*

С точки зрения общей теории сочетаемости, ее типологии, современная литературная речь строится на базе свободных и несвободных (ограниченных) сочетаний слов. Типы сочетаний в специальной литературе выделяются не только по отношению к лексическим единицам, как это предложено В. В. Виноградовым [Виноградов 1977: 162–189], но и по отношению к стилям, или стилистически маркированным единицам. «Все словосочетания, образующиеся из стилистически тождественных или стилистически неконтрастных слов, рассматриваются как стилистически свободные, а словосочетания, образующиеся из стилистически контрастных слов, — как стилистически ограниченные» [Черемисин 1979: 8].

В сравнении с семантическими и особенно с грамматическими ограничениями в сочетаемости слов стилистические ограничения не имеют характера жестких, абсолютных норм. Возможно творческое использование стилистического контраста в целях создания разнообразных типов стилистической информации при условии, если он мотивирован, содержательно и ситуативно обусловлен

* Работа выполнена при финансовой поддержке государства в лице Министерства образования и науки РФ (проект «Многоречие в социокультурном пространстве современной России». Соглашение № 14.А18.21.0273).

и не противоречит нормам речевого поведения. В таком случае мы имеем дело со стилистическим приемом и связанным с ним эффектом, который определяется как «заключенное в высказывании и реализованное в нем с помощью специальных языковых средств намерение автора речи вызвать у адресата определенную эмоциональную реакцию на это высказывание» [Данилевская 2003: 488]. Таким образом, в процессе исследования стилистической сочетаемости необходимо опираться на критерий преднамеренности / непреднамеренности.

Непреднамеренное использование стилистически ограниченных сочетаний может привести к нарушению стилистической нормы. В данном случае мы сталкиваемся с так называемым «эффектом обманутого ожидания», который возникает в сознании воспринимающего. Суть этого эффекта состоит в следующем: «непрерывность, линейность речи означает, что появление каждого отдельного элемента подготовлено предшествующим и само подготавливает последующее»; возникновение же неожиданного нестандартного элемента создает «сопротивление восприятию, преодоление этого сопротивления требует усилия со стороны читателя, а потому сильнее на него воздействует» [Арнольд 2002: 56].

Противоречия между требованием единства стиля и возможностью несоблюдения этого требования при создании сложного контекста могут быть сняты почти во всех случаях авторской установкой.

«Многостильность» выделяется исследователями как одна из черт публицистической речи [Кожина 2008: 355]. Автор-публицист прибегает к столкновению разноокрашенных единиц, чтобы добиться эффекта обманутого ожидания, вызвать эмоциональный отклик в сознании адресата (эмоционально-эстетическая функция) и внушить ему свою оценку происходящего (прагматическая функция). Местом функционирования сдвинутых стилистических сочетаний нередко становится заголовочный комплекс, занимающий центральную, сильную позицию в композиционной структуре публицистического текста.

Материал приведенного исследования — заголовочные комплексы следующих информационных социально-политических сетевых изданий: Gazeta.ru, Snob.ru, Pravda.ru, GZT.ru (октябрь 2010 — февраль 2013).

В границах заголовочного комплекса можно говорить о контактном и дистантном нестандартном сочетании единиц. Термин «контактный» употребляется по отношению к речевым и текстовым явлениям с расположением элементов в непосредственном соседстве (контакте) относительно друг друга; «дистантный» — по отношению к речевым и текстовым явлениям с расположением на расстоянии (на дистанции) друг от друга [Матвеева 2003: 64, 113]. Здесь необходимо сформулировать важное замечание. Контактная и дистантная сочетаемость в нашем случае рассматривается с учетом стилистической разнородности / однородности элементов, которые встречаются внутри заголовка как самостоятельные композиционные части. Такую сочетаемость будем считать контактной; если же один из элементов синтагмы находится в заголовке, а другой — в подзаголовочной части, будем считать такую сочетаемость дистантной. Стилистический сдвиг в таких случаях, несмотря на графическое обособление сегментов заголовочного комплекса, может проявляться в большей степени, поскольку становится возможным соединение не отдельных лексем и словосочетаний, а целых заголовочных сегментов, по-своему окрашенных, так как стилистически маркированное слово способно задавать окраску всему контексту.

Конфликтное соединение разговорной и книжной лексики в заголовке является причиной проявления экспрессивно-оценочной функции. Обусловленный интенциональной установкой автора стилистический сдвиг создает языковую игру, «основанную на преднамеренном (сознательном, продуманном) нарушении системных отношений языка, т. е. на деструкции речевой нормы с целью создания неканонических языковых форм и структур, приобретающих в результате этой деструкции экспрессивное значение и способность вызвать у читателя эстетический или, в целом, стилистический эффект» [Данилевская 2003: 657].

Способствовать созданию стилистического эффекта может экспрессивное слово, или экспрессив. Т. В. Матвеева дает этому термину следующее определение: «Экспрессивное слово передает двоякую информацию о явлении: во-первых, обозначает понятие об этом явлении, во-вторых, содержит его характеристику, квалификацию, оценку с позиций субъекта речи» [Матвеева 1986: 7]. Как указывает исследователь, квалификации получают как параметрическое, так и ценностное основание. Параметрически-оценочный компонент стилистического значения «содержит квалификацию обозначаемого явления с точки зрения полноты проявления того или иного свойственного ему признака. Данные компоненты выделяются в семантике слов, обозначающих параметрические понятия — такие, которые характеризуются признаками, способными проявляться в *большой* или *меньшей* степени» [Там же: 12–25]. Экспрессивное слово регистрирует прежде всего отклонение от нормативных параметров явления в нежелательную, с социальной точки зрения, сторону и включение эмоциональных оценок, сигнализирующих об их неприятии, отчуждении. «Вторая разновидность квалификации носит ценностный характер и связана с прагматическим смыслом обозначаемого явления» [Там же: 12]. Такой эмоционально-оценочный компонент стилистического значения выражает эмоциональное отношение субъекта квалификации к объекту квалификации. «Эмоционально-оценочные семы лексического значения можно подразделить на положительно оценивающие (мелиоративные), связанные с семантикой ласкательности, одобрения, восхищения, эмоционального возвышения, и отрицательно оценивающие (пейоративные), связанные с семантикой грубости, неодобрения, пренебрежения, презрения, эмоциональной сниженности. <...> Основанием квалификации здесь выступает типизированное социальное представление о положительном или отрицательном содержании обозначаемого явления с точки зрения <...> этических представлений, эстетических идеалов...» [Там же: 12–25]. Таким образом, в обоих случаях наблюдается отклонение от нормы в ее широком

понимании, что служит источником нарушения стандартной сочетаемости в линейном ряду синтагмы.

Экспрессивы широко распространены в газетном заголовочном комплексе. Например, в заголовке *Выберут по-черному. Последняя перед парламентскими выборами предвыборная кампания прошла негромко, но грязно* (gazeta.ru 2011. 11 мар.) слова *негромко* и *грязно* являются лексическими экспрессивами. Объектом квалификации для них служат особенности протекания предвыборной кампании: они вносят параметрически-оценочный компонент коннотации, указывающий на гипертрофию признака, и кроме того, противопоставленные друг другу в одном контексте, они выражают эмоциональную оценку субъекта речи. Субъект иронизирует над явлением, которое в стереотипном восприятии читателей выглядит как серьезный политический акт, а на деле оказывается подпольным и нелегальным. Сочетание *предвыборная кампания* стилистически отмечено. Оно употребляется в политической и публицистической речи как особая формула. Наречие *по-черному* имеет разговорную окраску. Сочетание *полит. публ. + разг.* можно оценить как сдвинутое. Оно характеризует общий процесс оразговоривания газетной публицистики. Экспрессивы *по-черному*, *грязно*, помимо параметрического компонента (превышение нормативного стандарта) и оценки неодобрительности, содержат образный компонент, их значения являются переносными: *черный* — «перен. Вызывающий моральное отвращение; гнусный» (МАС 1999).

В заголовках «*Поле чудес*» *вляпалось в тяжбу* (pravda.ru 2011. 11 фев.), *Биатлонистам сборной России «все по фигу»*. *Российские биатлонисты провалили две гонки на чемпионате мира* (gzt.ru 2011. 9 мар.) лексемы *провалить* (разг.), *вляпаться* (разг. вульг.) (Ожегов 2005) — экспрессивы с параметрическим признаком, отклоняющиеся от нормативных лексических мотиваторов «проиграть», «попасть в затруднительное положение» с включением отрицательных эмоциональных оценок. Во втором контексте стилистическая сочетаемость способствует вытеснению эмоции патриотической гордости (которая обычно сопровождает

номинации, относящиеся к спортивным командам страны) эмоциями неодобрения, презрения.

Экспрессивное наполнение нестандартного сочетания выявляется в контекстном ряду. Например, в заголовке *Ливийская демократия умыла руки и сделала ноги. От Каддафи сбежал министр иностранных дел* (gazeta.ru 2011. 31 мар.) сочетание разговорных фразеологизмов *умыть руки* и *сделать ноги* вносит параметрическую и эмоциональную оценки. Нарушается стандартная для политической речи сочетаемость, которую можно передать в выражении типа «сложить с себя ответственность».

Продолжая характеристику сдвинутых стилистических аномалий в заголовочном комплексе, выделим наиболее частотные формулы нестандартных сочетаний разноокрашенных единиц:

1. Сочетание лексики финансово-экономической сферы с разговорно-сниженной и жаргонной лексикой: *эконом. + разг.-сниж. / жарг.* Например, *Малый бизнес много откатил* (gazeta.ru 2010. 18 окт.): *малый бизнес* (эконом.) (Райзберг 2007) + *откатить* (жарг.) (БСЖ 2000). Ср. также: *Прозрачные зарплаты кошмарят бизнес. Американские компании в ужасе от требования раскрывать соотношение между зарплатами топ-менеджеров и рядовых сотрудников* (gazeta.ru 2010. 31 авг.): *прозрачные зарплаты* (эконом. метафора) + *кошмарить* (жарг., прец. единица) + (*быть*) *в ужасе* (разг. экспрессив) + *соотношение между зарплатами* (экономич. стандарт) + *топ-менеджеры* (эконом.); *Пентагон ужимается. Чем обернется секвестр американского бюджета для Пентагона* (gazeta.ru 2013. 4 мар.): *Пентагон* (номенкл.) + *ужать* (прост.) (МАС 1999) + *секвестр* (эконом.) + *бюджет* (эконом.).

2. Сочетание лексики юридической сферы с разговорно-сниженной лексикой: *разг. сниж. / жарг. + юридич.* Например, *Сдули с рынка. Питер Гавами задержан по подозрению в мошенничестве* (gazeta.ru 2010. 3 дек.): *сдуть* (жарг.) (БСЖ 2000) + *задержать по подозрению в мошенничестве* (юр. терминология); *Ретвитнул в Генпрокуратуру. Депутат Хинштейн после 6 мая жалуется в Генпрокуратуру на пользователей Twitter и Facebook* (gazeta.ru

2012. 14 мая): *ретвитнуть* (комп. жарг.) + *генпрокуратура* (номенкл. юр.) + *депутат* (полит.) + *Twitter, Facebook* (комп.).

3. Сочетание политической лексики с разговорно-сниженной лексикой: *полит. + разг. сниж. / жарг.* Например, *Электорат Путина — лузеры* (Сноб 2011. 2 авг.): *электорат Путина* (полит.) + *лузер* (жарг. комп. шутол.-ирон.) (БСЖ 2001); *Коммунисты поймали ловчила* (Грани.ру 2012. 15 окт.): *коммунисты* (полит.) + *ловчила* (прост.) (МАС 1999). Ср. также: *Демократия с душком. Авторы «Стратегии-2012» даже стесняются определить режим, который они предлагают модернизировать* (gazeta.ru 2011. 12 апр.): *демократия* (полит.) + *с душком* (разг.) (МАС 1999) + *режим* (полит.) + *модернизировать* (полит.).

Во всех случаях конфликт создается за счет сочетания официально-деловой окраски (маркируется принадлежностью к экономической, политической, юридической сфере) и обыденно-разговорной (данное понятие комментируется с позиций повседневного восприятия).

В последнее время частотными становятся сочетания единиц политической и юридической лексики с единицами компьютерного сленга, связанными с Интернет-коммуникацией, с социальными сетями. Центром стилистических аномалий могут быть такие слова, как *лайкнуть* (от *like* — нравиться), *зафрендить* (от *friend* — друг), *ретвитнуть* (от *Twitter* — название известной социальной сети): *Думу не зафрендили. <...>* (gazeta.ru 2013. 23 янв.); *Facebook налайкали на \$104 млрд. Facebook разместится по верхней границе ценового диапазона — \$38 за бумагу* (gazeta.ru 2012. 18 мая); *Ретвитнул в Генпрокуратуру. Депутат Хинштейн после 6 мая жалуется в Генпрокуратуру на пользователей Twitter и Facebook* (gazeta.ru 2012. 14 мая). Активизация указанной разновидности сочетаний, в частности, связана с тем, что для публичной трансляции своих взглядов и действий политики и экономические корпорации все чаще выбирают Интернет-пространство, что нередко вызывает сомнение в достоверности и серьезности происходящего и служит поводом для насмешек со стороны журналистов.

4. Особо выделяем конфликтную тональную сочетаемость: *высок. + сниж.* (и наоборот). Например, *Град без гада* (Грани.ру 2013. 7 фев.): *град* (трад.-поэт.) (МАС 1999) + *гад* (прост. бран.) (МАС 1999); *Пьяницы, историю мира творящие* (pravda.ru 2011. 3 апр.): *пьяницы* (разг.) + *творить* (высок.) (Ожегов 2005); *Калоша преткновения* (Грани.ру 2012. 27 июня): *калоша* (быт.) + *преткновение* (книжн.) (МАС 1999).

Стилистически сдвинутое сочетание в заголовке способствует не столько компрессии информации, сколько компрессии и концентрации эмоции автора-публициста, служит для адресата маркером диалогичности: сигнализирует о наличии открыто выраженной оценки, чаще иронической и неодобрительной, настраивает на восприятие статьи как целого текста. Стилистически нестандартная речевая аномалия сочетает в себе прагматическую и эстетическую функции. Журналист намеренно отходит от стандарта, являющегося средством практического языка, утверждает право на индивидуально-авторские операции со средствами языка.

ЛИТЕРАТУРА

- Арнольд И. В. Стилистика. Современный английский язык : учебник для вузов. — М. : Флинта : Наука, 2002. — 384 с.
- Виноградов В. В. Основные типы лексических значений слова / В. В. Виноградов // Избр. тр. Лексикология и лексикография. — М. : 1977. — 318 с.
- Данилевская Н. В. Стилистический эффект // Стилистический энциклопедический словарь. — 2003. — С. 488–489.
- Кожина М. Н. Стилистика русского языка : учебник / М. Н. Кожина, Л. Р. Дускаева, В. А. Салимовский. — М. : Флинта : Наука, 2008. — 462 с.
- Матвеева Т. В. Учебный словарь. Русский язык. Культура речи. Стилистика. Риторика : справочное издание. — М. : Флинта : Наука, 2003. — 431 с.
- Матвеева Т. В. Лексическая экспрессивность в языке : учеб. пособие по спецкурсу. — Свердловск : Изд-во Урал. ун-та, 1986. — 92 с.
- Черемисин П. Г. Русская стилистика : учеб. пособие. Ч. 2. Стилистика языка. — М. : Просвещение, 1979.

СЛОВАРИ

- БСЖ. Мокиенко В. М. Большой словарь русского жаргона / В. М. Мокиенко, Т. Г. Никитина. — СПб. : Норинт, 2001. — 720 с.
- БЮС. Большой юридический словарь. [Сетевой ресурс] / под ред. А. Я. Сухарева. — М. : ИНФРА-М, 2007. — Режим доступа: <http://slovari.yandex.ru/dict/jurid>
- МАС. Словарь русского языка : в 4-х т. [Сетевой ресурс] / под ред. А. П. Евгеньевой. — 4-е изд., стер. — М. : Рус. яз. ; Полиграфресурсы, 1999. — Режим доступа: <http://feb-web.ru/feb/mas/mas-abc/default.asp>
- Ожегов С. И. Толковый словарь русского языка / С. И. Ожегов, Н. Ю. Шведова. — М. : [Азбуковник], 2005. — 944 с.

Шишканова Е. А.

магистрант 2-го курса

Уральского федерального университета

Речевые способы

представленности «Другого» в репортаже*

Репортаж является одним из ведущих жанров СМИ, который имеет богатую историю (см., например: Овсепян 1996, Ким 2005 и др.) и находится в постоянном развитии: изменении приемов, методов подачи материала [Солганик 1970: 3–4]. Мы опираемся на жанровое определение, данное Л. М. Майдановой: «Текст, сообщающий о событии в момент его протекания, причем одновременность действия и рассказа может быть реальной или имитированной» [Майданова 1996: 3]. Современный репортаж часто нацелен не только на сообщение о событии, но и на знакомство аудитории с другой сферой жизни, с представлением необычного по каким-либо признакам персонажа, которого можно отнести к Другим.

* Работа выполнена при финансовой поддержке государства в лице Министерства образования и науки РФ (проект «Многоречие в социокультурном пространстве современной России». Соглашение № 14.А18.21.0273).

Термину «Другой», который широко используется в гуманитарных науках, сложно дать точную дефиницию. Приведем определение из философского словаря: «Другой — то, что не есть Я, то есть “иное” представленное, однако, в отношении ко мне и для меня» [электронный ресурс]. Понятие долгое время отсутствовало в научном дискурсе, став предметом пристального внимания только в XX в. В 60–70-е гг., по выражению Б. М. Гаспарова, «поиск “другого”» выступает в качестве «движущей силы “нового интеллектуального течения”» [Гаспаров: электронный ресурс]. Одним из важнейших источников этого течения стали труды М. М. Бахтина, в частности труд «Проблемы поэтики Достоевского», где высказываются идеи о Другом и диалоге, в котором Другой получает наиболее полное выражение [Бахтин 1963].

Применительно к журналистским текстам в качестве Другого выступает тот, кто, по мнению автора-журналиста, не включен в целевую аудиторию данного СМИ. Мы рассмотрим тексты из журнала «Русский репортер», опубликованные под рубрикой «Репортаж» за 2011–2012 гг. Можно сказать, что аудиторией этого СМИ являются представители российского среднего класса, которым небезразличны социальные проблемы и пути их решения. Именно относительно такого читателя выбирается фигура Другого. В проанализированных текстах условно выделяется несколько признаков, лежащих в основе дистанцирования персонажа от читателя: 1) люди с заболеваниями, алкогольной или наркотической зависимостью; 2) осужденные и заключенные; 3) представители профессий, относительно которых в обществе сложились негативные стереотипы: например, армия (дедовщина и жестокость) или полиция (взяточничество); 4) представители этнических сообществ; 5) представители субкультуры; 6) сфера торговли и услуг и ее работники; 7) производство. Нередко в репортаже наблюдается совмещение нескольких признаков для конструирования образа Другого: например, в тексте В. Емельяненко «Лезгинка с выездом» («РР» № 42 от 24.10.12) рассказывается о футбольных фанатах из Махачкалы, то есть совмещается этническая принадлежность и принадлежность к определенной субкультуре.

Обратимся к анализу способов представленности Другого, используя материал Ю. Гутовой «Убойный гуманизм» («РР» № 43 от 31.10.2012), в котором основным признаком инаковости персонажа — профессия, относительно которой в обществе сложились негативные стереотипы.

Средства изображения Другого не отличаются от средств, традиционно используемых для описания персонажа в художественной литературе и публицистике. В. Хализев пишет: «Персонажи характеризуются с помощью совершаемых ими поступков <...>, а также форм поведения и общения <...>, черт наружности и близкого окружения (в частности — принадлежащих герою вещей), мыслей, чувств, намерений» [Хализев 2002 : 102]. В таком случае инаковость персонажа отражается в речевых показателях, которые можно обнаружить в тексте в результате реализации этих приемов.

Текст «Убойный гуманизм» посвящен полиции — структуре, относительно которой в обществе сложилось немало негативных стереотипов: коррупция, взяточничество, жестокое обращение с подозреваемыми и заключенными, использование незаконных методов в работе и др. В репортаже рассказывается об «очередной рабочей неделе», которую журналист проводит вместе с «операми» из убойного отдела (город умышленно не называется). Обратим внимание, что в этом тексте подразумеваемая «другость» или «инаковость» героев напрямую присутствует уже в подзаголовке: «Почему настоящий полицейский не должен быть нормальным человеком». Воздействующий эффект достигается столкновением двух словосочетаний: *настоящий* (полицейский) и *нормальный* (человек). Прилагательное *настоящий* в этом контексте выступает в значении «действительно такой, какой должен быть; представляющий собой лучший образец, идеал чего-нибудь» [СОШ 2005: 395]. Необходимо учитывать и второе значение, наводящее, возможно, дополнительные смыслы: «психически здоровый» [Там же]. Прилагательное *нормальный* в контексте реализует значение «Соответствующий норме, обычный» [Там же: 421]. Таким образом, персонажи уже в заголовочном комплексе противопоставляются обычным людям как отличающиеся от нормы. В самом же

тексте описываются полицейские, о которых можно рассказать как об обычных людях: «*Что носить*», «*Где жить*», «*Что любить*» и др. Журналист при этом выбирает особую тональность текста: он не утверждает, а как бы размышляет вместе с читателем, показывая, что однозначную оценку современному полицейскому («нормальный человек» или нет) дать крайне сложно.

Первым средством создания образа персонажей, при воплощении которого мы фиксируем показатели инаковости, являются имена собственные. Речь идет о людях, на которых в обществе распространяется стереотип «полицейские — жестокие люди». Имена же героев и их прозвища в репортаже создают яркий контраст с этим мнением: практически отсутствуют полные имена, все формы уменьшительные: *Петя (Пуся), Леня, Саша*. Особенно показателен начальный фрагмент, в котором вводится имя главного персонажа — Пуси: «*Я могу смеяться, когда рядом труп, — говорит опер Пуся, дымя сигаретой. — Если кто-то хорошо пошутил. Даже если в этой комнате родственники погибшего. Вообще-то опера зовут Петя, но все называют его Пусей — от нежности.*»

Приводится прямая речь героя, содержание которой показывает сформировавшийся у него цинизм по отношению к смерти и виду трупов на работе. Вряд ли можно ожидать, что этого героя могут так назвать его коллеги. Однако в этом контрасте и заключается показатель инаковости: привычные к убийствам циничные «опера» называют своего коллегу Пусей «от нежности». В одном из диалогов Пуси и Лени репортер даже фиксирует обращение «*Пусечка*», которое выражает «ласковую» просьбу.

Имена часто гармонируют с деталями во внешности героев, вступая в отношения контраста с ожиданиями читателя и речью персонажей. Например, у Пуси «*пухлая белая ручка*», у Лени — «*небесно-голубые глаза*» и «*ласковый, добрый голос*». Однако уже на уровне внешности мы видим некую противоречивость в образах героев. С одной стороны, журналист отмечает детали, указанные выше, которые говорят о человеческом, добром в полицейских. С другой — фиксирует в их внешности то, что воспроизводит общественные стереотипы о «ментах» и «операх».

За неделю, проведенную в «убойном отделе», Ю. Гутова сумела зафиксировать разные образы внешности героев: от ухоженности («*пухлая белая ручка*», «*арийская прическа на пробор*» у Пети) и одежды по форме до совершенно отталкивающего, неряшливого облика. Показательным, например, является эпизод, где герои предстают уже в неформальной обстановке: *Пятница, рабочий день закончен. Пуся выпил полбутылки виски. Он стоит у Лениной машины и ест шаурму без салфетки. Майонез течет по губам.*

— *Смотри, какой я отвратительный!* — говорит он. — *Могу рыгнуть, если надо.*

На квадратной фигуре Пуси голубые джинсы в обликпу, на ногах белые кроссовки — стиль девяностых.

В этом описании выделяются две доминанты. Первая из них — неряшливость, отвратительное во внешности подвыпившего героя: «*майонез течет по губам*», «*говорит Пуся ртом, полным майонеза и слюней*», «*вязкий майонез размазывается по пальцам, мешается со слюнями, скатывается по Пусиным губам, как лава по вулкану*» и др. Вторая линия — намек на принадлежность к бандитской сфере, с которой устойчиво ассоциируется «*стиль девяностых*», как его называет Ю. Гутова. Этот намек поддерживается и репликой журналиста «*Ты рассуждаешь о милиции как об обычной банде*» в ответ на размышления Пети об устройстве современной полиции. Таким образом, реализация первого средства служит показателем инаковости полицейского, отталкивающей Другого.

Другим средством фиксации инаковости выступает биография героев. Журналист показывает, что они не случайные люди в этой профессии и тесно связаны с ней. Например, из рассказов персонажа Пети узнаем, что его отец был милиционером, бабушка некоторое время работала в этой структуре, а дед, которым герой очень гордится, «был энкавэдэшником». Все они сталкивались со зверствами, и еще по рассказам отца герой стал узнавать особый милицкий мир со своими законами. Он ощущает свою причастность к этому миру и испытывает чувство солидарности:

«За мента я горло перегрызу. Пусть он пэпээс, дэпээсник, мне пох.... За мента я горло перегрызу, потому что это мой коллега».

В биографических описаниях подчеркивается два смысла: особая предрасположенность к профессии и неизбежные изменения, с которыми сталкивается человек, если он в эту профессию попадает: *«...Чтобы вытащить из говна подонка, надо самому окунуться туда. А потом у тебя везде дерьмо, и дома в семье тоже дерьмо».*

Другая сотрудница отдела Маша *«держит птицу в отделе»* (попугая), *«потому что не бывает дома».* Журналист отмечает не только особую связь героини с профессией (невозможно уйти в *«другой мир»*, где *«другие законы»*), но и делает попытку понять, зачем Маше нужна работа со зверствами и постоянная мысль, что ее могут убить: *Маша увольнялась из полиции, полгода проработала помощником адвоката, но вернулась обратно. Говорит: «Там другой мир, другие люди, я от той жизни с ума сойду». Наверное, Маша была бы в собственных глазах просто одинокой выпивающей матерью, если бы не работа в полиции, жизнь рядом с преступлением и смертью.*

Мир полиции представлен как особый мир Других, где действуют иные законы, которые сложно понять «нормальному» человеку. И это утверждение можно рассматривать как один из важнейших смысловых узлов текста. Общество, формируя негативные стереотипы о полиции, всех ее представителях без исключения, зачастую не видит ее устройства и проблем. К концу рабочей недели герои становятся более или менее откровенными с журналистом и описывают свой мир изнутри: *Я тебе скажу: милиция и общепринятая мораль — вещи в принципе несовместимые, ...потому что ты работаешь с людьми, которые переступили мораль. Ты должен их поймать.*

Герои утверждают, что есть полицейские, которые берут взятки, но сами они так не делают и считают, что *«нужно расстреливать всех коррупционеров — в чиновничестве и в полиции».* Часто они рассуждают негуманно, «по-зверски», но за этим словами, как отмечает автор, редко стоит действие.

— Его бы застрелить! Одна пуля в коленку, вторая в голову, — ласково говорит Леня о грабителе-наркоте.<...>

*— Леня, это **зверство** — стрелять в коленку. — Кажется, я повторяюсь.*

— Тебе бы видео показать, как этот козел на голове у бабушки прыгает. Записано на камеру в подъезде. Он избивает и грабит стариков. Он уже за это сидел.

— Зачем же пуля в коленку?

— Пусть помучается!.. Теперь ты напишешь, что я садист, да? Отлично. Ничего больше не скажу.

Леня обиженно моргает небесно-голубыми глазами. Ему еще нет тридцати. Его жена — терапевт, лучший друг — травматолог. Он любит футбол и никогда не простреливал преступникам коленки.

Здесь мы сталкиваемся с еще одним средством представленности Другого в репортаже — диалогом. Весь текст «Убойный гуманизм» разворачивается в диалогическом ключе, что в очередной раз подчеркивает позицию персонажей как Других. Герои иногда эксплицитно, а чаще всего имплицитно оспаривают негативные стереотипы о полицейских. Текст, вероятно, и организует этот диалог, движение мысли, попытку разобраться, какие же все-таки «настоящие» полицейские: звери или герои типа Жеглова (*«любимого героя оперов»*), которым *«не все равно».*

Разрабатывая применительно к теории полифонического романа понятие диалогического слова (которое наиболее полно представляет Я и Другого), М. М. Бахтин выделяет несколько его типов: «слово с оглядкой»; «слово с лазейкой», симулирующее свою независимость от невысказанного слова собеседника, и «проникновенное слово», отвечающее на те реплики в диалоге, которые собеседником не только не были высказаны, но даже не были выведены им из бессознательного [Бахтин 1963]. При анализе репортажа можно найти все три типа такого диалогического слова. «Слово с лазейкой»: персонаж надевает маску безразличия, нарочито выставляет свои негативные черты:

— Чегтов пидор. — Иногда очень слышно, как он гнусавит.

— *Е...чий пидор! повторяет Пуся, что-то читает, потом начинает стучать по клавишам компьютера.*

— *Какой пидор? — спрашиваю.*

— *Пропал. Без вести. Наверняка убили. Пидор! <...>*

— *Пидор-пидор... Ты чего ругаешься?*

— *А кто он? Гомо, б...дь, сексуалист? Я, б...дь, как это — не приемлю людей другого образа жизни. Я легавый, и я, б...дь, ксенофоб.*

Персонаж многократно использует в своей речи обсценизмы, нарочно отстаивая свое право говорить так, как ему хочется. Однако его злоба и хамство показные. На самом деле, он действует, как ему кажется, в соответствии с ожиданиями репортера увидеть злого, матерящегося полицейского. Озабоченность тем, что подумает журналист, передается с помощью несловесных маркеров в тексте: он почему-то «гнусавит» и «начинает стучать по клавишам компьютера».

Слово «с оглядкой» — персонаж пытается угадать, что подумает репортер и что он напишет: *Теперь ты напишешь, что я садист, да? Отлично. Ничего больше не скажу.*

В заключение рассмотрим фрагмент из диалога оперативников и репортера, который представляет наиболее частотный тип диалога для этого текста. Его нельзя назвать «проникновенным» словом, так как мысли репортера уже выведены из подсознательного — это стереотипы, которые отлично понимают и он, и герои. Однако стереотипы прямо не высказаны.

— *Как мы колем задержанных? Банально: исключительно психологически, — Петя зачем-то начинает оправдываться. Он, видно, тоже читает новости и смотрит телевизор. — Вот смотри — человек, ему можно сделать больно, он напишет признание. А потом на суде он от показаний откажется. И что? Смысла никакого бить нету, — поддерживает оправдания Егор.*

— *Я себя не считаю садистом, — говорит Пуся. — Я ничего такого в своей жизни не делал, чтобы меня кто-то назвал садистом. Единственное, матерюсь как сапожник и бухаю как собака. И все.*

Показателем того, что слово героя ориентировано на диалог, обращено к Другому, выступает фраза «*Петя зачем-то начинает оправдываться*». (Оправдываться — глагол несов. в. от «оправдаться», который имеет значение «доказать свою правоту, невиновность» [СОШ 2005: 440]). Журналист стремится показать, что персонажи не хотят выглядеть «садистами». В данном фрагменте текста опровергаемое устойчивое мнение может быть сформулировано так: полицейские — садисты, которые избивают преступников, чтобы вынудить признаться в преступлении. Показателем «проникновенного слова» выступает и замечание автора о Пете: *Он, видно, тоже читает новости и смотрит телевизор.*

Диалог, понимаемый в духе М. М. Бахтина, составляет ядро средств характеристики Другого. Он дает персонажам возможность высказаться и тем самым представляет их читателям, что, возможно, сокращает между ними дистанцию. Диалог тесно связан с речью как способом конструирования образа Другого. Сюда включается речевая характеристика героя и языковой код его среды.

Самой яркой речевой характеристикой персонажей является характеристика Пети. Выше мы приводили примеры его прямой речи. Обратимся к тому, как представлен языковой код сферы Другого. Рассказывая о ней, репортер фиксирует даже особый язык, который здесь функционирует. Его показателями могут быть разные по своему объему лексические единицы, отобранные и воспроизведенные автором. Они характеризуются устойчивостью, частотностью использования в речи героев, необходимы для их понимания. Это 1) лексика официально-деловой и полицейско-юридической сфер (*плановый ежегодный смотр и проверка состояния автотранспорта; жалоба за жестокое обращение; преступление; жертва и т. п.*); 2) профессиональные жаргонизмы, многие из которых отмечены в «Большом словаре русского жаргона» пометами «угол.» или «мил.» (*наркот* [БСРЖ: 376], *опер* [БСРЖ: 398], *легавый* [БСРЖ: 312, 326] и др.); 3) грубые просторечные единицы и обсценизмы, которые фиксируются в «Большом словаре русской разговорной экспрессивной речи» пометами

«бранное», «грубое», «вульгарное» или «нецензурное»: *е...чий* [БСР: 170], *хренов* [БСР: 686] *пидор*; [БСР: 437], *сука* [БСР: 593], *дерьмо* [БСР: 141] и др.

Подведем итог. Жанр репортажа дает широкий спектр возможностей для представленности Другого и его среды — субъективных категорий, которые оцениваются журналистом и редактором относительно представления о среднем читателе. Дистанция при этом может возникать по разным критериям.

Инаковость персонажа обнаруживается при анализе реализации средств создания образа персонажа. Она подчеркивается в наименовании героев, описании их внешности и поведения, упоминаемых фактах биографии. Однако ведущее место, как нам кажется, занимает особое диалогическое слово, связанное с речевой характеристикой и представленностью языкового кода Другого.

Современная журналистика обладает воздействующей силой. От того, как сконструирован образ Другого в текстах СМИ, зависят способы выстраивания взаимоотношений между отдельными социальными группами и их представителями.

ЛИТЕРАТУРА

- Бахтин М. М. Проблемы поэтики Достоевского М. , 1963.
- Гаспаров Б. М. В поисках «другого» (Французская и восточноевропейская семиотика рубежа 1970-х годов) // НЛЮ, 1996. № 14 [электронный ресурс] — Режим доступа: <http://magazines.russ.ru/nlo/1996/14/gaspar1.html>
- Енина Л. В., Чепкина Э. В. «Свои» и «чужие» в газетных текстах // Другой в пространстве коммуникации. Казань, 2007. С. 211–228.
- Ким М. Н. Репортаж: технология жанра. СПб. : Изд-во Михайлова В. А., 2005.
- Купина Н. А., Михайлова О. А. Лингвокультурологические проблемы толерантности // Толерантность в современной цивилизации : материалы междунар. конф. Екатеринбург, 14–19 мая 2001 г. / под ред. М. Б. Хомякова. — Екатеринбург : Изд-во Урал. ун-та, 2001. С. 50–69.
- Майданова Л. М. Практическая стилистика жанров СМИ. Репортаж, корреспонденция, рецензия, радиообзор печати, реклама. Екатеринбург, 1996.

Мокиенко В. М., Никитина Т. Г. Большой словарь русского жаргона. СПб. : «Норинт», 2001.

Овсеян Р. Г. История Отечественной журналистики. М. : Моск. ун-т, 1996.

Солганик Г. Я. Стиль репортажа. М. : Изд-во Моск. ун-та, 1970.

Хализев В. Е. Теория литературы. М., 2002.

СЛОВАРИ

Другой // Философский словарь [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://www.philosophydic.ru/drugoj>

СОШ — Ожегов С. И., Шведова Н. Ю. Толковый словарь русского языка. М., 2005.

Химик В. В. Большой словарь русской разговорной речи. — СПб. : Норинт, 2004.

Янь Янин

магистрант 2-го курса

Уральского федерального университета

Специфика описания в жанре газетной заметки

При классификации речи обычно опираются на экстралингвистические факторы и стилистические черты речевых произведений. Газетная заметка является опорным жанром информационного подстиля публицистики и формируется, в основном, нейтральными стилистическими средствами. Поставим вопрос о функционально-смысловой типичности данного жанра.

О. А. Нечаева пишет: «Мыслительная деятельность человека сложна и носит обобщенный характер. Она не ограничивается только установлением субъектно-предикатных связей, соответствующих предложению в языке. В процессе мышления образуются целые мыслительные комплексы, которые закреплены в определенных специфических речевых структурах. Такими функционально-смысловыми типами речи в монологическом высказывании

являются описание, повествование, рассуждение. Каждый тип речи обладает отличительными признаками» [Нечаева 1974: 32].

Все основные функционально-смысловые типы речи (ФСТР) востребованы в русской речевой практике. Описание — это изображение какого-либо явления действительности, предмета, лица путем перечисления и раскрытия его основных признаков. Г. Я. Солганик выделяет статическое описание, которое прерывает развитие действия, и динамическое описание, обычно небольшое по объему, которое не приостанавливает действия, будучи включенным в событие [Солганик 1997: 138].

«Повествование, — пишет С. А. Белановский, — это изложение хода событий во времени или последовательности отображения частей сложного события» [Белановский 1993: 121]. Цель повествования — передать движение событий во времени. Это рассказ о том, как и в какой последовательности происходили события.

Рассуждение — это словесное доказательство, разъяснение, подтверждение какой-либо мысли. Цель рассуждения — исследование, обобщение знаний о действительности, выяснение причин явлений, обоснование выводов, доказательство истинности или ложности определенных положений. Для рассуждения характерно наличие основной мысли проблемного характера и аргументации [Эффективное речевое общение, 2012: 531].

Использование и чередование этих трёх функционально-смысловых типов речи зависят от содержания произведения, индивидуальных склонностей автора текста, господствующих литературных представлений эпохи. Но более всего функционально-смысловая структура текста зависит от того, к какому функциональному стилю относится текст и какой жанр функционального стиля он представляет.

По мнению Г. Я. Солганика, «в публицистике описание — важнейший элемент речи, позволяющий ярко, живо, наглядно, образно представить предмет, человека, событие, явление» [Солганик 1997: 140]. Вот характерный пример из газеты «Уральский Рабочий».

Текст 1. Екатеринбург включили в бюллетень «ЭКСПО»
(22 февраля 2012 г.)

Вышел в свет 19-й информационный бюллетень международного бюро выставок «ЭКСПО».

Темы бюллетеня: 80-летие МБВ и заявки городов-кандидатов на проведение выставок в 2017 и 2020 годах. Представлены заявки Астаны (Казахстан) и Льежа (Бельгия) на выставку в 2017 году, а также Екатеринбурга, Аюттайн (Тайланд), Сан-Паулу (Бразилия), Дубая (ОАЭ) и Измира (Турция) на «ЭКСПО-2020». На заявку каждого города отведено полстраницы текста и несколько фотографий. Также в бюллетене рассказывается о выставке «ЭКСПО-1937».

Данная заметка представляет собой короткое сообщение об актуальном событии: Екатеринбург включен в бюллетень «ЭКСПО» в качестве города — кандидата на проведение международной выставки.

По структуре текст характеризуется всеми необходимыми элементами описания статического типа: представление о событии в целом дается в заголовке и начальном абзаце, во втором абзаце следует детализация события в порядке смысловой значимости конкретизаторов. В отличие от повествования, для которого характерны предложения с глагольными предикатами совершенного вида или предложения с видовременными формами, подчеркивающими характер и смену событий, здесь используются однотипные сказуемые (*представлены, отведено*). Наблюдаются также номинативное предложение (*Темы бюллетеня: ...*), предложения с пассивными конструкциями (*На заявку каждого города отведено полстраницы...*) и безличное предложение (*Также в бюллетене рассказывается...*). Все эти предложения только констатируют факты, накапливают признаки события, не передавая авторских оценок и эмоций по их поводу.

В плане содержания текст характеризуется фактологичностью. В заметке содержится комплекс характеристик, включающий в себя количественные и качественные признаки. Они дополняют друг друга, создавая обобщенный взгляд автора. В целом информация полностью сохраняет объективность.

Используя конструкции констатирующего характера и опираясь на факты, которые даются без комментария или каких-либо подробностей, автор обеспечивает документальность информации. Здесь используются только объективно-фактические данные, автор четко отвечает на вопросы: «что», «где», «когда», «как» произошло. Так можно не только формировать представление о событии как о чем-то уже свершившемся, но и говорить и о совершающихся событиях, действиях, процессах, возникающих ситуациях, новых феноменах. В рассмотренной заметке характеризуется информационное событие.

В более редких случаях журналист, сохраняя названные базовые черты информационной публицистики, комментирует то, что кроется за фактами, тем самым выявляя свою позицию, оценочное отношение к описываемому явлению.

Приведем пример из газеты «Комсомольская Правда».

Текст 2. День чешского кино в Екатеринбурге! (11–18 октября 2012 г.)

Художественные фильмы, которые предлагают вниманию зрителей Екатеринбурга наши чешские *друзья*, как правило, *разнообразны* по жанрам, *зрелищны* и *интересны* по содержанию, адресованы взрослым и подрастающему поколению. *Большое* внимание чешские кинематографисты уделяют фильмам для детей, что в наше время является довольно *редким* явлением. *Особенно приятно*, что в своем творчестве они поддерживают и продолжают развивать жанр фильма-сказки. *А ведь сказку любят* не только дети, но и взрослые.

Это тоже заметка с описанием статического типа. В описании сообщается о специфике и качестве чешских художественных фильмов. В начале текста создается положительное представление о чешских художественных фильмах в целом. Затем применяется смысловое сужение, текст детализируется в следующем смысловом порядке: чешские фильмы > чешские фильмы для детей > фильмы-сказки.

Вместе с объективированным описанием, в данной заметке наблюдаются специальные приёмы выразительности (в текстовом

примере выделены курсивом). Выразительность достигается разными средствами. Во-первых, применяются слова с семантикой оценки: *друг, зрелищный, интересный, сказка*, частица *ведь* и др. Во-вторых, здесь также применяются слова с параметрическими оценками: *разнообразный, большой, особенно* и др. Выделенные слова раскрывают положительное отношение автора к чешским фильмам. Однако чем меньше степень оценочности изложения, тем больше степень его документальности. Так что в этой заметке документальность немного ослаблена по сравнению с предыдущей.

Иногда мысль в информационной заметке движется по линии действия. Замечательна в этом плане следующая заметка из газеты «Известия» (нумерация предложений применена мною. — Я. Я.):

Текст 3. Борец Власов принес России четвертое золото (6 августа 2012)

1. Очередную медаль **высшей пробы** в копилку нашей сборной принесли представители силовых единоборств.

2. **21-летний** борец из Новосибирска Роман Власов завоевал золотую медаль в греко-римской борьбе в весовой категории до **74 кг**.

3. В финале наш спортсмен одолел потомственного борца из Армении Арсена Джулфалакяна.

4. До этого борцы уже дважды встречались в прошлом году и оба раза победа была на стороне Власова.

5. «*Наследник Карелина*», как уже успели *окрестить* Романа, шел к финалу *тернистой тропой*.

6. В первой же схватке ему *противостоял опытейший* датчанин Марк Медсен. Первый раунд остался за Марком, однако в оставшихся двух Роман выглядел *наголову сильнее* своего оппонента.

7. Затем *жребий отправил Власову в соперники* француза Кристофа Гено. До *самых последних секунд* противостояния *судьба схватки висела на волоске*, но в итоге все сложилось в пользу Романа.

8. Полуфинальный поединок прошел намного спокойней, чем два предыдущих. *Преимущество* россиянина над Александром Казакевичем из Латвии *выглядело настолько подавляющим*, что казалось, что победа была одержана *практически без усилий*.

9. Эта победа принесла сборной России четвертую золотую медаль на Олимпийских играх в Лондоне

Данная заметка делится на две композиционные части. Введение (абзацы 1–3) и заключение (абзац 9) образуют композиционную рамку текста, которая представляет собой статическое описание. Содержание композиционной рамки четко соотносится с заглавием текста, что придает ему целостность: *Борец Власов принёс России четвертое золото* (заглавие) > *Борец из Новосибирска Роман Власов завоевал золотую медаль в греко-римской борьбе* (введение) > *Эта победа принесла сборной России четвертую золотую медаль* (заключение). Из этой части текста мы получаем информацию о том, где произошло событие, и в чем состоят его основная конкретика (используются собственные имена: *Роман Власов из Новосибирска, Лондон*, числовые данные: *21-летний, 74 кг., оба раза*), специальные экспрессивные элементы в этой части не используются.

Между вводной частью и заключением расположена детализирующая часть (абзацы 4–8). Это яркое динамическое описание. Ее содержание связано с предшествующим ходом соревнования по борьбе. Вся часть началась со словами *до этого*. В данном тексте «это» — финал соревнования, «до этого» означает: на пути к финалу.

Изложение этого пути и создает динамику события: *Наследник Карелина»...тернистой тропой* (абзац 5) > *В первой же схватке ему противостоял...* (абзац 6) > *Затем жребий отправил Власову в соперники...* (абзац 7) > *Полуфинальный поединок прошел...* (абзац 8). Линия динамического описания воссоздает трудовой путь героя к победе. Он начинается со схватки с датчанином (*В первой же схватке...*), далее идет описание тяжелой второй схватки с французом (*Затем ...*) и говорится о спокойном полуфинальном поединке. Динамическое описание передает последовательное

протекание действий с некоторыми временными интервалами в ограниченном пространстве. Структурное содержание приведенного описания сводится к воспроизведению простого следования частных событий. Все внимание сосредоточено на фиксации динамики, на ряде этапов действия, их «шаговом» характере. В данном отрывке преобладает план прошедшего времени: *противостоял, остался, выглядел, отправил, сложилось, прошел, выглядело* и др. При этом показательно, что глагольные формы совершенного вида обозначают действия, сменяющие друг друга, что и придает изложению динамический характер.

В данной детализирующей части наблюдается элементы выразительности (в тексте выделены курсивом). Средства выразительности разнообразны. В тексте применяются слова с оценками (*высшая проба*), и единицы с параметрической семантикой (*самые последние секунды, висела на волоске, подавляющее преимущество*). Выразительность достигается и образными средствами (*наследник Карелина, тернистая тропа, висеть на волоске*), и сопоставлением (*сильнее; спокойней, чем два предыдущих*).

Нужно отметить, что короткие абзацы, делают речь более динамичной, ясной и выразительной. В этой заметке, как и в предыдущей, документальность обогащена выразительностью. Выразительность текста привлекает внимание читателей и производит сильное впечатление. Но здесь еще и применяется не только статическое (в композиционной рамке), но и динамическое описание (в «теле текста»). Данный текст характеризуется, таким образом, композиционно осмысленным сочетанием двух разновидностей описательного ФСТР.

В заключение рассмотрим текст, который дает нам возможность пронаблюдать специфику описания в очень своеобразной газетной заметке. Известно, что пародия, шутка всегда хорошо воспроизводят типовые особенности объекта, который пародируется. Обратимся к шуточному тексту из газеты «Аргументы и Факты (Урал)». Приведённая ниже заметка содержит несуществующие факты, однако все композиционно-речевые признаки жанра заметки здесь проявляются в ней очень отчетливо.

Текст 4. Зооминистром стал волк (7–13 марта 2012 г.)

Говорят, что в зоопарке уральской столицы подвели итоги традиционного конкурса «Зооминистр-2012». Комментарий «АиФ-Урал»: Ежегодно в конкурсе в зоопарке принимают участие различные животные, которые отбираются по самым разным критериям. В этом году конкурс проходил в режиме онлайн. На звание «Зооминистр-2012» претендовали 5 обитателей, каждый из которых придумал собственные причины, почему именно он должен стать в этом году *главным самцом*. В итоге в последние дни голосования *лидеры* красный волк Тэд. Именно он стал *победителем* конкурса. В своей предвыборной речи Тэд заверял, что если выбор горожан падет на него, *все непременно улучшится*, у всех будут деревянные вольеры, а также одинаковая еда. Красному волку Тэду *присудили звание «Зооминистр-2012»*, на его вольере в течение всего года будет помещена соответствующая табличка. И, конечно, его ждет *вкусное угощение*.

Данная шуточная заметка также соединяет черты статического и динамического описания. В целом данный текст реализует стандартную схему жанра: он начинается общей частью, потом идет детализация события. Общая вводная часть в газете выделена графически — использован жирный шрифт. Это краткое сообщение помогает читателю быстро ознакомиться с содержанием текста и понять, о чем сообщает публикация.

Далее сообщение детализируется по событийной и оценочной линиям. В тексте отражается процесс вымышленного конкурса. Стремясь, как положено по законам жанра, к объективному освещению событий, автор использует различные детали и подробности, показывает динамику развития события: *конкурс проходил в режиме онлайн > на звание претендовали 5 обитателей > в последние дни голосования в лидеры вышел красный волк Тэд > Тэд стал победителем конкурса*. Таким образом, текст приобретает сюжетность хотя и слабую. Это делает его выразительнее.

Экспрессивно-оценочная линия текста обеспечивается лексически: *стать главным самцом, выйти в лидеры, стал победителем*,

все непременно улучшится, присудили звание «Зооминистр-2012», вкусное угощение и др.

Итак, основным функционально-смысловым типом речи в жанре информационной заметки является описание [Майданова 1997]. Все описание может строиться только на кратком сообщении о сути события и дополнительной констатации фактов. В таких случаях создается документальность при отсутствии личной эмоции (см. текст 1). Однако экспрессивность и оценочность также могут присутствовать в данном жанре, приобретая более тонкие, скрытые формы (тексты 2–4). В подобных случаях краски эмоциональной оценочности и образности накладываются на описательную схему текста, от этого она не изменяется.

Специфика описания в заметке прежде всего состоит в его документальности, достоверности, подлинности. Такой характер описания обуславливает преобладание конкретной нейтральной лексики при сдержанности, умеренности в использовании выразительных средств.

Наш материал показал использование различных средств выразительности, в числе которых образные слова и обороты, оценочная лексика, слова с семами интенсивности, сравнительная степень качественных прилагательных, использование восклицательных предложений. Применение этих и других средств обогащает жанр, делает его более интересным для читателя. Документальность текста при этом сохраняется.

В композиционном отношении заметка чаще всего характеризуется стандартной схемой: заголовок > общий ввод > детализирующая часть. Возможны однако, и более сложные композиционные структуры (см. текст 3). Важный способ обогащения жанра — это применение динамического описания, фрагменты такого рода сближают заметку и репортаж. Сочетание статического и динамического описания широко распространено в современной газетной заметке, что обеспечивает гибкость, вариативность данного жанра.

Самый простой жанр информационной публицистики, таким образом, оказывается достаточно богатым полем для проявления речевого творчества журналиста.

ЛИТЕРАТУРА

Белановский С. А. Методика и техника фокусированного интервью. М., 1993.

Майданова Л. М. Практическая стилистика жанров СМИ: Заметка, интервью, статья. Екатеринбург, 1996.

Нечаева О. А. Функционально-смысловые типы речи. Улан-Удэ, 1974.

Солганик Г. Я. Стилистика текста. М., 1997.

Эффективное речевое общение (базовые коммуникации): словарь-справочник / под ред. А. П. Сковородникова. Красноярск, 2012. С. 531.

СЛОВО В ЯЗЫКЕ, КУЛЬТУРЕ И СЛОВАРЕ

Петкау А. Ю.

*аспирант кафедры риторики и стилистики
русского языка Уральского федерального университета*

Концепт *здоровье*:

аспекты лингвистического постижения объекта

Магистральным вектором когнитивной науки является ее направленность на получение знания о знании, а «концепты — словообразы представляют собой адекватную или наиболее подходящую форму для структурирования культурного знания» [Алефиренко 2012: 215], позволяя исследователю «подойти к изучению материальной и духовной самобытности этноса» [Вепрева 2002: 204]. Изучение базовых концептов русской культуры востребовано, поскольку они «образуют картину мира, в которой отражается понимание человеком реальности, ее особый концептуальный «рисунок», на основе которого человек мыслит мир» [Маслова 2011: 41].

В концептуальный лексикон входят антропологически значимые концепты, которые «складываются в систему взглядов, своего рода коллективную философию» [Апресян 1995: 39] и подразделяются на концепты различной деятельности человека: внутреннего состояния человека — *дух, душа, сердце* [Пименова 2001], эмоциональных переживаний — *счастье* [Воркачев 2004], *радость* [Степанов 2004], интеллектуальной деятельности — *ум* [Дзюба 2011], поведения человека — *обман, лень* [Плотникова 2010]. В данный список могут войти те концепты, которые «могут

служить своего рода ключом к пониманию каких-то важных особенностей культуры народа» [Шмелев 2002: 11].

К числу перечисленных выше мы относим витальный концепт русской культуры — *здоровье*, феномен которого «изучается медициной, философией, социологией, христианской антропологией, а также осмысливается культурой народа» [Бухтоярова 2010: 3], а также осознается «наиболее устойчивым как в литературном языке, так и в народной речи, как на современном синхронном срезе, так и в диахронии» [Камалова 1999: 7]. Концепт *здоровье* неоднократно становился объектом лингвистического рассмотрения, так как отчетливо прослеживается его «универсальность и значимость не только для представителей отдельной культуры, но и для мирового сообщества в целом» [Тарасенко 2008: 4].

Важно отметить, что «при описании концепта историк культуры должен стремиться показать не только коллективные представления, как реальности общества, но и гипотезы, создаваемые об этой реальности наиболее выдающимися членами общества» [Степанов 2004: 60]. Цель этой статьи — проанализировать диссертационные работы с целью выявления основных направлений исследования концепта *здоровье* и наметить возможные перспективы дальнейшего изучения.

В фокус нашего внимания попали диссертационные работы, отражающие проблематику концепта *здоровье*. В качестве корпуса для исследования была выбрана поисковая система научной электронной библиотеки диссертаций и авторефератов [www. **disser**-cat. com], которая является «самым крупным каталогом научных работ в Российском интернете» [там же], фонд которой включает в себя «более 750 тысяч научно-исследовательских работ (около 410 тысяч диссертаций и примерно 340 тысяч авторефератов)» [Там же].

Методика отбора материала была следующей: в поисковую строку были введены ключевые слова: концепт *здоровье*. Поиск был ограничен следующими критериями: требуемые слова могут стоять только в содержании или названии работы. Ответ на требование отразился в 30 документах. Методом сплошного чтения были

отобраны диссертационные работы, имеющие непосредственное отношение к центральной теме нашего исследования. В качестве материала для анализа было отобрано 14 диссертаций на соискание ученой степени кандидата и доктора наук, см.: [Алимушкина 2007, Аксенова 2007, Бухтоярова 2010, Горяева 2003, Камалова 1999, Киреев 2008, Кириленко 2009, Репина 2007, Самардакова 2010, Тимошенко 2005, Туленинова 2008, Усачева 2002, Юрманова 2007, Яроцкая 2012]. Нам представлялось необходимым проанализировать выбранные работы по следующим основаниям:

- по определению места концепта *здоровье* в русской концептосфере, по характеру взаимодействия с другими концептами;
- по описанию структуры концепта *здоровье*;
- по функционированию концепта *здоровье* в разных типах дискурса;
- по определению степени научной новизны диссертационной работы, посвященной описанию концепта *здоровье*.

Концепт *здоровье* «входит в функционально-семантические сферы суперконцептов *жить* и *деятельность*» [Тимошенко 2005: 15]. Существует дискуссионный вопрос о правомерности рассмотрения концепта *здоровье* без его оппозиционного концепта. Выделяется линия работ, которые содержат анализ концепта *здоровье* не как автономного конструкта, а в связке с его «зеркальной» парой — концептом *болезнь*, см. например: [Бухтоярова 2010, Камалова 1999, Туленинова 2008] и др. Это объясняется «трудностью (а иногда и невозможностью) разграничения этих значений в толкованиях лексем, предлагаемых лексикографическими источниками» [Мельникова 2012: 3]. Другие исследователи придерживаются мнения о том, что концепт *здоровье* «состоит из концептов — спутников: *лечение*, *уход за больным*, *лекарство*, *образ врача* и др.» [Аксенова 2007: 160]. «Антиконцепт» [Новодранова 2001: 247] часто выступает в качестве инструмента интерпретации, так как «оказывается более параметризован, чем первичный концепт» [Голованова 2011: 123]. С другой стороны, ряд диссертационных работ отражает их автономию, но не отрицает пересечение

[См.: Киреев 2008, Репина 2007, Тимошенко 2005, Юрманова 2007, Яроцкая 2012, Павлова 2009 и др.]. В выводах работы О. А. Алимушкиной иллюстрируется тезис, что реакции, зафиксированные в ассоциативных словарях, подтверждают: «состояние болезни» входит в поле «здоровье» и образует тем самым «стереотипный вектор ассоциирования» [Алимушкина 2007: 18]. Проведенное нами исследование с современными носителями русского языка, показывает, что характеристика болезни как ее отсутствие находится в периферийной области концепта *здоровье* [См.: Вепрева, Петкау 2012: 76–85].

Во всех работах структура концепта *здоровье* моделируется комплексно. Так, Л. В. Туленинова рассматривает понятийную, образную, ценностную основы объективации концепта *здоровье* [Туленинова 2008], Е. Д. Аксенова особое внимание уделяет паремиологическому аспекту изучения [Аксенова 2007], В. Н. Репина иллюстрирует репрезентацию явления фразеологическими единицами [Репина 2007], Л. А. Горяева отражает национальные особенности аксиологического концепта *здоровый* [Горяева 2003]. Важно отметить, что анализ структуры концепта, опирающийся на лексикографические источники, поддерживается результатами ассоциативного эксперимента. В качестве иллюстрации рассмотрим интерпретацию структуры концепта *здоровье* А. Н. Усачевой. Структура анализируемого концепта словесно и графически описывается посредством фреймовой лингвокогнитивной модели, в которую входят «аксиологически нейтральный центр, отражающий онтологические характеристики здоровья, и аксиологически вариативные микрофреймы, содержащие положительную и отрицательную оценку денотата «здоровье» [Усачева 2002: 6]. Исследователь взяла за основу данные 60 анкет, заполненные носителями английского языка и синопсис из 18 словарных источников. Фреймы делились на сегменты: «физическое здоровье» и «ментальное здоровье» — и ранжировались по «трем типам оценки по разным основаниям (внутренняя, нормативная и внешняя) [Там же: 112]. Лексические, фразеологические, паремиологические единицы пропускались через данную призму анализа. Например, «здоровый энергичный

человек сравнивается с крикетным мячом (*as lively as a cricket*), скрипкой (*as fit as a fiddle*)» [Усачева 2002: 123], а «идиомы с отрицательной оценкой номинируют нездоровье, усталость, слабость; дисфункцию отдельных органов; внешнюю непривлекательность» [Там же]. Акцент в структурировании концепта *здоровье* в данной работе сделан на ценностной стороне анализируемого явления.

В свою очередь, исследователь Г. Ю. Бухтоярова, также используя лексикографический и экспериментальный инструментарий, рассмотрела структуру концепта *здоровье* под линзой образного компонента. В работе отражены постулаты концептуального анализа, который заключается в «считывании буквальных смыслов с глаголов и прилагательных, сочетающихся в роли вторичных предикатов с абстрактным именем, и выведении имплицитных образов метафизической сущности, направляющих сочетаемость ее имени» [Бухтоярова 2010: 10] или «проективных смыслов» [Там же: 11].

При всей многогранности подходов к структуре явления нельзя сказать, что в теле концепта *здоровье* не осталось «белых пятен» или лакун, которые не требовали бы детального рассмотрения. На наш взгляд, представляется нужным провести верификационную серию психолингвистических экспериментов с интенцией вычленения профессиональной и половозрастной специфики восприятия концепта *здоровье*, поскольку «смысл зависит не только от индивидуального опыта и конкретной ситуации. В значительной мере он связан с профессиональной, социальной и вообще групповой принадлежностью» [Красных 2003: 35]. Результаты данных экспериментов помогут оптимизировать репрезентацию концепта *здоровье* в поле социальной, коммерческой рекламы, а также в текстах СМИ, направленных на конкретную целевую аудиторию. Кроме того, целесообразно использовать комплекс методик психолингвистических экспериментов. На наш взгляд, дополнить ассоциативный эксперимент может его подвид — экспликативный лингвистический эксперимент, который дает возможность реципиентам выразить свое понимание анализируемого явления посредством экспликации объяснения значения слова гипотетическому

собеседнику. Также релевантной представляется методика американского исследователя Э. Бендикса, которая «позволяет выделить компоненты значений слов, путем построения экспериментальных конструкций, в которых исследуемое слово противопоставлено другому в пределах одной и той же фразы» [Попова, Стернин 2011: 146]. Перед респондентом ставится задача интерпретировать предложенную ситуацию и найти словесное решение из создавшегося положения, таким образом, исследователь получает доступ к дифференциальным признакам концепта.

Очевидно, моделирование структуры и содержания концепта у каждого исследователя индивидуально, несмотря на некоторые сходные моменты в понимании, что позволяет вносить актуальные уточняющие и дополняющие штрихи к портрету концепта *здоровье*. Существует пробел в характеристике перцептивных образов в структуре концепта *здоровье*: лишь в одной работе дается отсылка к опубликованным статьям вне текста диссертации о «семантике цвета и времени в характеристике» анализируемого явления [Тимошенко 2005: 7].

Концепт *здоровье* интерпретируется в процессе анализа в разных типах дискурса. Так, рассматриваются «вербальные репрезентации сферы здоровья в американских журнальных текстах» [Яроцкая 2012], исследуются «контексты, извлеченные из научных текстов, из книг представителей нетрадиционной медицины, из произведений художественной литературы, из трудов святых отцов и пастырей Русской православной церкви» [Бухтоярова 2010: 3]. Также концепт *здоровье* изучается в поле «600 текстов социальной рекламы на английском и русском языках» [Киреев 2008: 3], рекламы лекарств и биологических добавок [Самардакова 2010], в плоскости мифологии тела [Кириленко 2009], мемуарных источниках [Юрманова 2007]. Кажется перспективным представить анализ средств репрезентации анализируемого концепта в плоскости аудио- и телеэфира.

Каждый исследователь вложил свой «кирпичик» в здание концепта *здоровье*. Проиллюстрируем новые научные положения, доказанные авторами. Знания о концепте *здоровье* дополнились

созданием двух моделей: «лингвокогнитивной модели, определяющей его лингвокультурную специфику» [Усачева 2002: 6] и скалярно — антонимической моделью описания, «включающей создание шкал и графиков, анализ контекстов» [Тимошенко 2005: 5]. Исследованы «однословные и комплексные языковые знаки, отражающие представления рядовых американцев о сфере здоровья» [Яроцкая 2012: 3], «национальные особенности нормативных оценок концепта» [Горяева 2003: 5]. Дана частичная характеристика концепту *здоровье* в поле социальной рекламы [Киреев 2008], показано описание авторского художественного видения и использования концепта *здоровье* [Юрманова 2007]. Рассмотрено явление в тех сферах русской культуры, «для которой этот феномен является интенциональным объектом, где думают и говорят носители научного, обыденного, фольклорно-магического, псевдонаучного типов сознания» [Бухтоярова 2010: 4], а также описаны «культурно-специфические характеристики концепта в языковом сознании и коммуникативном поведении англичан и русских» [Туленинова 2008: 3].

Таким образом, концепт *здоровье* является отчасти научно разработанным концептом, нуждающимся в определенных дополнениях его описания и полноценного раскрытия, в связи с его чрезмерной важности для всех аспектов жизни и деятельности человека.

ЛИТЕРАТУРА

- Аксенова Е. Д. Лингвокультурологический анализ концептосферы «здоровье человека» в русской паремиологии : дис. ... канд. филол. наук. — Москва, 2007.
- Алефиренко Н. Ф. Лингвокультурология: ценностно-смысловое пространство языка : учеб. пособие. 2-е изд. М. : Флинта : Наука, 2012.
- Алимушкина О. А. Механизмы проявления стереотипизации в ассоциативном поле : дис. ... канд. филол. наук. — Барнаул, 2007.
- Апресян Ю. Д. Избранные труды. Т. 2. Интегральное описание языка и системная лексикография. М. : Языки русской культуры, 1995.
- Бухтоярова Г. Ю. Отображение феноменов *болезнь* и *здоровье* в русской языковой картине мира : дис. ... канд. филол. наук. — Москва, 2010.

Вепрева И. Т. Языковая рефлексия в постсоветскую эпоху. Екатеринбург : Изд-во Урал. ун-та, 2002.

Вепрева И. Т., Петкау А. Ю. Возрастная специфика осознания концепта *здоровье* // Психолингвистические аспекты изучения речевой деятельности / Урал. гос. пед. ун-т. — Екатеринбург, 2012. — Вып. X. — С. 76–85.

Воркачев С. Г. Счастье как лингвокультурный концепт. М. : ИТДГК «Гнозис», 2004.

Голованова Е. И. Введение в когнитивное терминоведение : учеб. пособие. М. : ФЛИНТА : Наука, 2011.

Горяева Л. А. Семантические особенности рационалистических оценок: универсальные и национально-культурные характеристики : дис. ... канд. филол. наук. — Москва, 2003.

Дзюба Е. В. Концепт «ум» в русской лингвокультуре : монография. Урал. гос. пед. ун-т. — Екатеринбург, 2011.

Камалова А. А. Семантические типы предикатов состояния в системном и функциональном аспектах : автореф. дис. ... д-ра филол. наук. — Уфа, 1999.

Киреев С. И. Дискурс и концептосфера социальной рекламы : дис. ... канд. филол. наук. — Волгоград, 2008.

Кириленко Е. И. Медицина как феномен культуры: опыт гуманитарного исследования : автореф. дис. ... д-ра. филос. наук. — Томск, 2009.

Красных В. В. «Свой» среди «чужих»: миф или реальность? М. : «Гнозис», 2003.

Маслова В. А. Введение в когнитивную лингвистику : учеб. пособие. 5-е изд. — М. : Флинта : Наука, 2011.

Мельникова С. А. Мотивационная и генетическая характеристика лексико-семантического поля «Сила, здоровье / слабость, болезнь» в русском языке : автореф. дис. ... канд. филол. наук. — Москва, 2012.

Научная электронная библиотека диссертаций и авторефератов. Режим доступа: <http://www.dissercat.com/>

Новодранова В. Ф. Концепты и антиконцепты в медицине // Проблемы психолингвистики: теория и эксперимент / М. : Ин-т языкознания РАН, 2001. — С. 247–251.

Павлова А. В. Предикаты болезненного состояния в английском и русском языках : автореф. дис. ... канд. филол. наук. — Уфа, 2009.

Пименова М. В. Концепты внутреннего мира (русско-английские соответствия) : автореф. дис. ... д-ра. филол. наук. — СПб., 2001.

Плотникова А. М. Концептуализация поведения человека: лень, обман, озорство, хвастовство // Концептосфера русского языка: ключевые концепты и их репрезентации (на материале лексики, фразеологии, паремиологии): проспект словаря / под общ. ред. проф. Л. Г. Бабенко. — Екатеринбург : Изд-во Урал. ун-та, 2010.

Попова З. Д., Стернин И. А. Лексическая система языка: внутренняя организация, категориальный аппарат и приемы описания : учеб. пособие. 3-е изд. — М. : Книжный дом «ЛИБРИКОМ», 2011.

Репина В. Н. Объективизация этнокультурных ценностей базовыми концептами русской идиоматики : автореф. дис. ... канд. филол. наук. — Астрахань, 2007.

Самардакова Т. Н. Языковые средства и дискурсивные способы реализации функций рекламного обращения (на материале русскоязычных текстов рекламы в сфере медицины и интеллектуальной собственности) : автореф. дис. ... канд. филол. наук. — Волгоград, 2010.

Степанов Ю. С. Константы: Словарь русской культуры. 3-е изд., испр. и доп. — М. : Академический Проект, 2004.

Тарасенко В. В. Концепты «жизнь» и «смерть» в системе языка и сознании разноязычных носителей (на материале фразеологизмов) : автореф. дис. ... канд. филол. наук. — Кемерово, 2008.

Тимошенко Л. О. Скалярно-антонимический комплекс концепта *здоровье* в русском и английских языках : автореф. дис. ... канд. филол. наук. — Уфа, 2005.

Туленинова Л. В. Концепты «здоровье» и «болезнь» а английской и русской лингвокультурах : автореф. дис. ... канд. филол. наук. — Волгоград, 2008.

Усачева А. Н. Лингвистические параметры концепта «Состояние здоровья» в современном английском языке : дис. ... канд. филол. наук. — Волгоград, 2002.

Шмелев А. Д. Русская языковая модель мира : материалы к словарю. М. : Языки славянской культуры, 2002.

Юрманова С. А. Лингвокогнитивные качества концепта и их использование в обучении текстопорождению: на материале произведений В. В. Вересаева : автореф. дис. ... канд. филол. наук. — Москва, 2007.

Яроцкая А. В. Лексические средства номинации сферы здоровья в англоязычных журнальных текстах : автореф. дис. ... канд. филол. наук. — Москва, 2012.

Авторское воплощение концепта *счастье*: опыт анализа внутритекстовой парадигмы*

Счастье является категорией этики и имеет мировоззренческий характер. Оно представляет безусловную жизненную ценность. Концепт *счастье* является важным концептом в русской языковой картине мира [Воркачев 2001: 47; Зализняк 2005: 554]. Цель нашей работы состоит в выявлении граней концепта *счастье* на основе анализа авторского воплощения концепта в рассказе А. П. Чехова «Счастливчик».

По мнению Л. С. Выготского, «слово относится к сознанию, как малый мир к большому, как живая клетка к организму, как атом к космосу. <...> Осмысленное слово есть микрокосм человеческого сознания» [Выготский 1982: 504]. В понимании слова как лингвистической категории, являющейся итогом освоения человеком действительности, многомерно отражается опыт человека, особенности его мировосприятия и мироощущения.

Особо следует отметить слова, репрезентирующие ключевые понятия культуры и сознания носителей языка, — концепты, благодаря которым мир познается человеком. Они составляют основу языковой картины мира индивидуума и определённым образом влияют на формирование семантического поля художественного текста.

Авторское воплощение концепта проявляется во внутритекстовой парадигме однокоренных слов и их контекстуальных смыслах. Поверхностный смысл текста — это актуальное значение речевых средств, употребленных в данном тексте: звуков, звукосочетаний, слов и их форм, предложений. При анализе слова могут

иметь место определенные виды соотношения поверхностного смысла и языкового словарного значения: «...в контексте поверхностный смысл слова может быть равен словарному значению; включать в себя компоненты, отсутствующие в лексическом толковании слова, и, следовательно, быть шире словарного значения; актуализировать только некоторые из компонентов, присутствующих в лексическом значении слова, и, наконец, слово в контексте может представлять собой уникальное образование, не закрепленное в словаре [Купина 2003: 287]. Кроме того, стоит учитывать то, что на протяжении истории лексическое значение может изменяться, особенно когда речь идет о таком абстрактном понятии, как счастье. В тексте могут актуализироваться контекстуальные значения, сближающее понятие как со старым, так и с современным толкованием слова.

Как отмечала Н. С. Болотнова, «каркасом» общей смысловой структуры текста и основной формой его репрезентации является лексическая макроструктура — коммуникативно ориентированная и концептуально обусловленная ассоциативно-семантическая сеть, отражающая многообразные связи и отношения однословных и неоднословных лексических элементов. Узловые звенья лексической структуры текста являются важными смысловыми вехами в интерпретационной деятельности читателя [См.: Болотнова 2003: 395].

Цель лингвистического анализа — выявление системы языковых средств, с помощью которых передается идейно-тематическое и эстетическое содержание текста. Первым этапом нашей работы было составление внутритекстовой парадигмы слов, морфемно связанных со словом *счастье*. Мы выявили, что данная парадигма включает в себя четырнадцать членов, из которых девять являются формами прилагательного *счастливый* (*счастливый, счастлив, счастливейший, несчастный*) и пять — формами существительного *счастье* в различных контекстах. Перейдем к конкретному анализу контекстуальных значений, которые в произведении репрезентируют концепт *счастье*.

* Работа выполнена при финансовой поддержке Министерства образования и науки РФ (соглашение №14.А18.21.0273, проект «Многоречие в социокультурном пространстве современной России»).

В первой части рассказа слово *счастье* имеет контекстуальное значение, близкое к современному словарному: оно отражает состояние полного, высшего удовлетворения героя [СШ 2007: 1175]: герой называет себя *счастливейшим из смертных*, он *возмутительно счастлив*. Подчеркивается компонент высшей степени проявления признака и в авторской ремарке: *Иван Алексеевич... закатывается счастливым смехом*.

Далее стоит упомянуть три словосочетания, составленные по схеме «прилагательное + существительное»: *счастливый дурак, счастливый новобрачный, счастливый человек*. А. П. Чехов выстраивает линейную связь, рисуя своего героя в индивидуальном, социальном и общечеловеческом плане, подчеркивая его «счастье» во всех этих сферах.

В первых двух сочетаниях анализ контекста позволил выявить когнитивный признак концепта, который не отражен в лексикографическом описании слова, а именно — «внешнее проявление счастья в виде состояния эйфории, безумного восторга, безудержного веселья»: *Ха-ха... Голубчик, выдали ли вы когда-нибудь **счастливых дураков**? Нет? Так вот глядите!, Пассажиры, глядя на пьяненького, **счастливого новобрачного**, заражаются его весельем. Он вертится, как на иголках, брызжет, машет руками и болтает без умолку. Он хохочет, и все хохочут*.

Третье сочетание встретилось в афористически-обобщающем высказывании пассажира: *В наше время даже как-то странно видеть **счастливого человека**. Скорей белого слона увидишь*. В этом контексте репрезентируется такой когнитивный признак концепта *счастье* как «труднодостижимость и исключительность этого состояния», и особенно подчеркивается хронологическая характеристика ситуации: именно в *наше время* истинное счастье, как иронично подмечено автором, встречается еще реже, чем белые слоны.

Кульминацией истории мы можем назвать столкновение двух представлений о счастье, манифестированных в рассказе: «человек есть сам творец своего собственного счастья» и «счастье зависит от случая». Эти две грани концепта и две возможные интерпретации

отражены и в словарных значениях слова *счастье*. В досоветскую эпоху счастье рассматривалось как «счастливый случай, рок, судьба, доля, удел» [СД 2006: 1152], в советское и постсоветское время счастье начинает трактоваться как определенное благоприятное состояние человека. На периферию уходит признак зависимости от высших сил (от судьбы, рока), счастье перестает пониматься как везение, случай, «авось».

Главный герой уверен, что человек является творцом своего счастья: *Захотите, и вы будете счастливы... Природа поставила, чтобы человек в известный период своей жизни любил. Настал этот период, ну и люби во все лопатки... Далее... В законе сказано, что нормальный индивидуй должен вступить в брак... Его монолог заканчивается высказыванием афористичного характера: *без брака счастья нет*. Такая интерпретация концепта подчеркивает наличие прагматического компонента в его структуре, прагматизм понимается как отождествление счастья с благополучным, успешным браком.*

На предыдущем этапе работы нами исследовалось понимание концепта *счастье* в сознании современных школьников и студентов. Анализ их ответов позволил выявить те же две тенденции в понимании сущности концепта: связь счастья с тем, что кратковременно, отчасти случайно и дается человеку свыше, и, напротив, взгляд на счастье в прагматическом ключе: оно зависит исключительно от самого человека и может быть отождествлено с материальными благами, успешностью, любовью.

Сам Чехов в тексте явно защищает традиционное понимание счастья как счастливого случая, рисуя *счастливого новобрачного* с иронией. Концовка рассказа дает однозначно понять, чью трактовку счастья принимает автор. Счастливый новобрачный, начав с рассуждения о том, что человек сам творит свое счастье, а тот, кто несчастлив, сам в этом виноват, по нелепой случайности, выйдя в Бологом, сел не в тот поезд и едет уже не в Петербург, а в противоположном направлении — в Москву. В этой нелепой ситуации у новобрачного резко меняется настроение, он стонет и называет себя уже *несчастливым*. Его уверенность в прочности

созданного им счастья оказалась недолговечной, и ему достаточно было лишь простого случая, чтобы усомниться в своей счастливой судьбе и в том, что она целиком зависит только от него самого. Юмористический характер рассказа позволяет закончить историю в «счастливом» ключе: *Смеющиеся пассажиры делают складчину и снабжают счастливица деньгами*, чтобы он смог добраться до молодой жены.

ЛИТЕРАТУРА

Болотнова Н. С. Смысловое развертывание художественного текста // Стилистический энциклопедический словарь русского языка под ред. М. Н. Кожин. — М. : Флинта : Наука, 2003. — С. 392–395.

Воркачев С. Г. Концепт счастья: понятийный и образный компоненты // Изв. РАН. Сер. литературы и языка. — 2001. — Т. 60, № 6. — С. 47–58.

Выготский Л. С. Собрание сочинений : в 6 т. : Т. 2. М. : Педагогика, 1982. — 504 с.

Зализняк А. А. Ключевые идеи русской языковой картины мира / А. А. Зализняк, И. Б. Левонтина, А. Д. Шмелев. — М. : Языки славянской культуры, 2005. — 554 с.

Купина Н. А. Поверхностный смысл текста // Стилистический энциклопедический словарь русского языка под ред. М. Н. Кожин. — М. : Флинта : Наука, 2003. — С. 287–288.

ИСТОЧНИКИ

Чехов А. П. Счастливчик // А. П. Чехов. Полное собрание сочинений : в 30 т. Т. 5. М. : Наука, 1976. — С. 121–125.

СЛОВАРИ

СД — Даль В. И. Толковый словарь живого великорусского языка : современное написание : в 4 т. Т. 4. — М. : АСТ : Астрель : Транзиткнига, 2006. — 1152 с.

СШ — Толковый словарь русского языка с включением сведений о происхождении слов / под ред. Н. Ю. Шведовой. — М. : Азбуковник, 2007. — 1175 с.

Ван Вэньцзя

магистрант 1-го курса

Уральского федерального университета

Гоголина Н. А.

доцент кафедры русского языка для иностранных учащихся
Уральского федерального университета

Существительные группы «семья» в русском и китайском языках (по данным словарей)

Для каждого человека семья — это близкие, родные люди, дом, семейные ценности, традиции, праздники, любимые вещи и многое другое. Помимо общечеловеческого, универсального содержания концепт «семья» имеет национальную специфику.

Концепт — это ментальная единица, элемент сознания, и как единица культуры, он включает в себя определенные ценности того или иного народа. Материальным воплощением концептов выступает язык. Существуют такие языковые единицы, которые выражают концепт в более полном объеме и форме — это имена концепта (словарные единицы, прецедентные тексты, фразеологизмы, паремии и пр.)

Лингвистическое исследование концептов обычно ведется по двум направлениям: анализ семантики языковых знаков с использованием данных различных словарей и эксперимент (интервьюирование носителей языка, составление различных анкет и пр.).

Содержание концепта «семья» во многом определяет содержание и оттенки значения вербализирующих его языковых единиц.

Целью нашего исследования стали дефиниции слова «семья» и некоторых существительных, называющих членов семьи, приводимые в толковых словарях русского и китайского языка.

Различия в языковых системах русского и китайского языков обусловили целый ряд различий в семантическом наполнении лексем «семья».

По данным толковых словарей, лексико-семантические парадигмы лексемы «семья» в русском и китайском языках имеют некоторые сходства и различия.

Для сравнения этих особенностей приведем таблицу.

Компоненты значения лексемы (семы)	Русский язык лексема «семья»	Китайский язык лексема «цзя»
Помещение для близких родственников	—	+
Группа живущих вместе близких родственников	+	+
Объединение людей, сплоченных общими интересами (высок.)	+	+
Термин для классификации животных, птиц и растений	+	—
Общественный деятель или престижный специалист	—	+
Человек или семья, объединенные определенной профессией	—	+
Одна сторона в игре в карты или в шахматы	—	+
Национальность	—	+
Домашнее, откормленное животное	—	+
(почтительная речь) употребление в обращении к человеку старше себя	—	+
человек или семья, имеющая отношение с собой	—	+
(счётное слово) употребление в исчислении магазинов, заводов и т. д.	—	+

Данная таблица помогает подытожить результаты рассмотрения семантических компонентов значений слова «семья» в русском языке и слова «цзя» в китайском языке. Словарные дефиниции имени концепта «семья» в русском и китайском языках совпадают в своём прямом значении, а также в значении ‘объединение людей, сплоченных общими интересами’ (высок.), но в силу специфики китайской иероглифической системы письма китайский иероглиф «цзя» можно разделить на две части, одна из которых обозначает «дом», «семья».

Рассмотрим китайский иероглиф «цзя» в отдельности.

家 Этот иероглиф (см. рис.) состоит из двух частей — верхней и нижней:

宀 Крыша, дом

豕 Свинья.

Если сложить эти две части вместе, то получится значение «свинья в доме». Поэтому слово «цзя» в китайском языке имеет прямое значение как помещение для проживания близких родственников и переносное значение: одомашненное, откормленное животное, как символ достатка.

В Древнем Китае свинью выделяли из остальных животных. В традиционном народном фольклоре северо-восточного Китая свинью воспевают как очень смелое животное, даже смелее медведя и тигра. Есть старинная китайская поговорка: когда идешь охотиться на тигра, то нужно запастись большим мужеством, а когда идешь охотиться на диких свиней, то приготовь гроб. Со свиньей в Китае также ассоциируется процветание и богатство, так как в Древнем Китае есть свинину могли себе позволить только богатые люди. Так как многодетность раньше в Китае считалась признаком счастливой семьи, то свинья, которая обычно рождает много поросят, стала также символом семейного счастья. Таким образом, значение «свинья в доме» в переносном смысле означает «счастье, удача и процветание в доме», то есть это и есть «цзя».

Анализ данных толковых словарей русского языка позволяет отметить, что основным семантическим значением слова «семья» является «группа близких родственников, проживающих вместе», а так же «объединение людей, сплоченных общими интересами». Устойчивым является также значение ‘группа животных’, зафиксированное всеми рассмотренными словарями. Последнее из них — ‘группа родственных языков’ — является лакунарным в китайской языковой картине мира.

Семантический объем лексемы «семья» (家) в китайском языке намного шире, чем в русском. Каждый проанализированный словарь («Современный китайский словарь», «Китайский словарь»,

«Словарь китайских универсальных слов»), представляет не менее 10 значений данной лексемы. Лексема «семья» в китайском языке более универсальна (многозначна), обозначает понятия, передаваемые в русском языке другими лексическими средствами. Восприятие семьи как общности людей, объединенных какой-либо идеей, также присутствует и в китайской языковой картине мира, однако оно имеет иное значение, чем в русской культуре. Это либо более конкретное значение, связанное с работой, трудовой деятельностью (农家 — крестьянское хозяйство, 渔家 — рыбак), либо значение, связанное с какой-то идеологией, направлением в искусстве, философии («школа, течение», например: Конфуцизм).

Специфика синонимических связей лексемы также обусловлена различиями языковых систем. Так, ввиду многозначности лексемы «семья» в китайском языке, требуется наличие уточняющего контекста для того, чтобы определить точное значение иероглифа.

Значительные расхождения наблюдаются также в словообразовательных связях лексем. Если лексема «семья» образует ряд дериватов, так или иначе связанных с понятием «семья» (ср.: «семейка», «семейный», «семейство», «семейственный», «семьянин»), то в китайском языке иероглиф 家 используется для ряда словообразовательных моделей. Ср.: для образования ряда существительных, обозначающих лиц, занятых той или иной деятельностью (作家 — писатель; 画家 — художник, живописец; 作曲家 — композитор; 音乐家 — музыкант; 哲学家 — философ и т. д.); для выражения вежливого отношения (家长 — родители супружеской четы; 东家 — хозяин, наниматель; 行家 — знаток, мастер, профессионал).

Поскольку «семья» — это группа близких родственников, то мы провели также сравнительный анализ семантики ряда существительных, обозначающих членов семьи, родственников.

Это следующие существительные: мать, отец, муж, жена, зять, теща.

Остановимся на результатах этого анализа.

Начнем с существительных «отец» — 父亲 (фу цинь), «мать» — 母亲 (му цинь). Как в русском, так и в китайском языках

существует другое наименование данных членов семьи: «мама» — 妈妈 (ма ма), «папа» — 爸爸 (ба ба), которое используется в обычном семейном общении. Слова «мать», «отец» многозначны. Слова «мама», «папа» — однозначны. «Мать» и в том и в другом языках имеет следующее основное значение: «женщина по отношению к своим детям». В русском языке слово «мать» может обозначать: «источник, начало чего-н., а также то, что дорого, близко каждому», чего нет в китайском. Кроме того слово «мать» может употребляться в следующих составных наименованиях: «мать-одиночка», «крестная мать» (восприемница от купели при крещении ребенка, женщина по отношению к крестнику), «молочная мать» (кормилица), «посаженная мать» (заменяет родную мать жениха или невесты в народном свадебном обряде), «богоданная мать» (теща зятю или свекровь невестке).

Слово «отец» в русском языке имеет следующие значения: 1) Мужчина по отношению к своим детям. 2) Самец по отношению к своим детенышам. 3) мн. Люди предшествующих поколений. 4) мн. Люди, облеченные властью (устар. и разг.). 5) перен. Тот, кто является родоначальником, основоположником чего-н. (высок.). 6) перен. кому и кого. Человек, по-отечески заботящийся о подчиненных, младших. 7) Обращение к пожилому мужчине или к мужу как к отцу своих детей (прост.). 8) Обычное сочетание с личным именем. Служитель церкви или монах, а также обращение к нему. Слово «отец» может употребляться в некоторых словосочетаниях: «крестный отец» (восприемница от купели при крещении ребенка, духовный родитель, мужчина по отношению к крестнику, «посаженный отец» (заменяет родного отца жениха или невесты в народном свадебном обряде). В китайском языке «отец» — 父 (фу с четвертой китайской интонацией): 1) (名) 父亲。(сущ. отец); 2) (名) 对男性长辈的通称 (общее обращение к старшим мужского рода); 父 (фу с третьей китайской интонацией): 1) (名) 对老年男人的尊称。(сущ. уважаемое обращение к старшим мужчинам) 2) (名) 对男子的美称。(сущ. прескрасное обращение к мужчинам) 3) (名) 对从事某种行业的人的称呼。(сущ. обращение к людям определенной профессии).

Еще другие уважаемые обращения к отцу в китайском языке: 令尊 (лин цзунь), 家父 (цзя фу). 令尊 (лин цзунь) — употребляется в таком случае, когда другие отмечают в разговоре с тобой твоего отца. 家父 (цзя фу) употребляется в ситуации, когда ты отмечаешь своего отца в разговоре с другими.

Остановимся на существительных «муж» и «жена». В толковом словаре русского языка Ожегова и Шведовой даются следующие значения слова «муж»: 1) (мн. мужья, мужей, мужьям) мужчина по отношению к женщине, с которой он состоит в официальном браке (к своему жене); 2) (мн. мужи, ей, -ам) мужчина в зрелом возрасте (устар.), а также деятель на каком-н. общественном поприще (высок.).

В китайском языке «муж» — 丈夫 (чжан фу): 1) (名)成年男人 (сущ. взрослый мужчина); 2) (名)女子的配偶 (супруга женщины)

Рассмотрим следующий иероглиф: «фу» — «муж» 夫

Иероглиф состоит из двух частей:

大 Большой

— Шпилька или шляпа

В Древнем Китае мужчина (муж) был главой семьи, т. е. занимал положение выше женщины, поэтому в иероглифе присутствует графема со значением «большой». Обычно слово «муж» пишется двумя иероглифами и читается «чжан фу», где «чжан» — это мера длины, что также подчеркивает более высокое положение в обществе и в семье мужчины по сравнению с женщиной.

Вторая графема обычно означает цифру «1», но в данном случае она схематически изображает, по разным сведениям, шпильку для волос или же шляпу. В обществе Древнего Китая мужчины, как и женщины, носили длинные волосы, делали из них различные прически и закалывали их на макушке длинными шпильками. По форме прически можно было даже различить, к какому сословию принадлежит человек. Собирать волосы в пучок и закалывать шпилькой, а также носить шляпу мужчины начинали после

достижения 20-ти лет, таким образом, переходя от жизни ребенка, к жизни взрослого человека.

Слово «муж» в китайском языке имеет другие наименования, которые употребляются в обычном семейном общении, или в древнем Китае. Это 老公 (лао гун) (в обычном семейном общении), 相公 (сян гун) и 官人 (гуань жэнь) (в древнем Китае) и т. д.

Слово «жена»: 1) женщина по отношению к мужчине, с которым она состоит в официальном браке (к своему мужу); 2) то же, что женщина (в 1 знач.) (устар. высок.). В китайском языке «жена» — 妻 (ци): (名)妻子 (сущ. жена). В китайском языке «жена» только имеет значение «женщина по отношению к мужчине, с которым она состоит в официальном браке», его второго значения в китайском нет.

Рассмотрим значение иероглифа «жена».

Иероглиф «ци» — «жена» 妻

Иероглиф состоит из двух частей:

女 Женщина

帚 Веник, метла.

Понятно, почему у этого иероглифа такая конструкция. В Древнем Китае вся домашняя работа лежала на женщине, поэтому образ женщины с веником и стал олицетворением жены-домохозяйки.

Слово «зять» имеет следующие значения: «муж дочери, сестры. Мужчина по отношению к семье жены, т. е. к ее родителям (тестю и теще), ее сестре (свояченице), ее брату (шурину) и жене последнего (невестке)». В китайском языке слову «зять» соответствуют следующие обращения: 婿 (сюй) (① <名> 丈夫 (сущ. муж) ② <名> 女儿的丈夫) (сущ. муж дочери), 姐夫 (цзе фу), 姐夫 (цзе чжан) (муж старшей сестры), 妹夫 (мэй фу) и 妹婿 (мэй сюй) (муж младшей сестры).

Слово «теща»: «мать жены». В китайском имеется некоторые обращения к теще: 岳母 (юе му), 丈母 (чжан му), 丈母娘 (чжан

му нян). Последние два обращения употребляются в семейном общении.

Анализ лексикографических изданий разных типов позволил выявить как универсальные характеристики концепта «семья» и некоторых существительных, называющих близких родственников, так и национально-специфические, обусловленные различиями в культурно-историческом развитии, а также различиями языковых систем. Именно эти особенности формируют национально-культурную специфику концептов «семья».

ЛИТЕРАТУРА

Сапегина И. А. Базовая лексическая репрезентация концепта «семья» в русском и китайском языках // Диалог культур. — 2010. — № 5. С. 66–70.

Карасик В. И. Культурные доминанты в языке // Языковая личность: культурные концепты. Волгоград, Архангельск, 1996.

СЛОВАРИ

李行健, 现代汉语规范词典, 北京 辞海出版社, 2005.

Толковый словарь русского языка. Сост. С. И. Ожегов, Н. Ю. Шведова. М., 1999.

Заяц С. С.

магистрант 1-го курса

Уральского федерального университета

«Яркие» компоненты значения лексемы *мед* (на материале русских народных обрядов и современных ритуалов)

Результаты нашего исследования, проведенного на материалах толковых словарей и речевых контекстов, показали, что семантика лексемы *мед* содержит следующие компоненты: 'консистенция' (густой), 'вкус' (сладкий, приятный), 'цвет' (палитра

оттенков от светло-желтого до темного), 'происхождение' (производитель — пчелы, источник — растения-медоносы), 'функциональность' (полезный, лечебный, традиционный, эффективный), 'запах' (сильный, особенный). Кроме того, лексема *мед* в русском языковом сознании обладает сильной прагматической составляющей, обусловленной ценностными свойствами самого денотата. Аксиологический признак, по нашим наблюдениям, проявляется в разных аспектах: 'ценный', 'важный для нашей культуры', 'религиозный', 'священный'.

Однако, как известно, семантические признаки в структуре значения обладают разной степенью значимости. И. А. Стернин в работе «Лексическое значение слова в речи» предлагает различать семы слабые и яркие. Яркие семы находятся «как бы на поверхности языкового сознания», они «в первую очередь приходят на память» [Стернин 1985]. Д. А. Баранов говорит о том, что «семантизация вещи связана с ее идентификацией, основывающейся на тех признаках, которые выделяют вещь, делают ее «заметной»» [Баранов 2005: 215]. Здесь следует уточнить, что мы не можем строго разделять семантику слова и свойства, качества предмета (об этом пишут, например, С. М. Толстая [2006], И. Ю. Назарова [2005], Д. А. Баранов [2005]), т. е. наиболее значимые для человека свойства предмета с большей вероятностью будут отражены в ярких семах.

Определить «яркость» сем можно с помощью различных экспериментальных методик. Мы попытаемся выявить яркие компоненты значения слова *мед*, опираясь на русские национальные обряды, связанные с медом. Вслед за Н. И. Толстым мы понимаем обряд как «текст, выраженный семиотическим языком культуры» [Толстой 1995]. Источником материала для исследования послужил словарь «Славянские древности» (далее — ССД) под ред. Н. И. Толстого, в котором зафиксированы традиционные обряды, а также тексты различных современных обрядов, опубликованные на тематических Интернет-сайтах. Материал в Интернете был собран по поисковым запросам «ритуалы с медом», «медовые ритуалы», «обряды с медом», «медовые обряды» методом сплошной

выборки. Следует уточнить, что описания ритуалов шаблонны и явно копируются одним сайтом с другого, поэтому, цитируя текст обряда, мы не будем указывать источники (в конце работы будут указаны основные сайты, использованные при анализе).

Важно отметить, что в обрядах, ритуалах не все семантические признаки ключевого слова оказываются важными, актуализированными; и логично предположить, что актуализируются именно те признаки, которые в языковом сознании говорящих соответствуют ярким семам.

ССД дает такую характеристику слову-объекту *мед*: *продукт, имеющий широкое ритуальное применение, символ бессмертия, плодородия, здоровья, красоты, счастья, «сладости» жизни; его называют пищей богов и эликсиром жизни.*

Обратимся к первому компоненту значения, актуализированному в обрядах, — это сема вкуса *сладкий*. ССД определяет *мед* в том числе как символ «сладости» жизни и приводит обычай при переходе в новый дом мазать медом все четыре угла комнаты, чтобы жизнь была сладкой.

Также в ССД зафиксирована ритуальная традиция родившуюся девочку купать в травах с добавлением в воду меда, чтобы она была красивой и сладкой. Актуализируется сема вкуса — *сладкий*, но вместе с тем признак сладости приобретает более широкое содержание: компонент *сладкий* может трансформироваться и принимать значение *приятный*, что закономерно, т. к. *сладкий* — 1) *имеющий приятный вкус, свойственный сахару или меду*; 2) *приятный, доставляющий удовольствие* [СОШ 2006]. Компонент *приятная* в данном обряде приобретает более конкретное содержание — *приятная глазу (красивая)*.

Можно также предположить, что существует «красота» меда, которую он должен отдать исполнителю обряда. Эта версия подтверждается результатами проведенного нами ассоциативного эксперимента (зафиксированы реакции *привлекательный, красивый*).

Среди современных ритуалов продолжением традиции можно считать обряд «Ванна красоты», где в присказке говорится: *Пусть*

моя кожа, мое тело // силу в себя вберут, // пусть сладость вберут, // пусть нежность найдут! // Красивое тело я обретаю! То же самое и в «Медовом умывании», где заклинание звучит так: *Нежность, в меня войди! // сладостью, привлекательностью надели!*

Обычай умывания медовой водой фиксируется и в ССД: В *Верховине* хозяйка умывала дочерей «медовой водой», чтобы их любили люди и женихи не обходили. Конечно, во всех приведенных текстах сладость понимается не в своем прямом значении, а в значении «приятность», «привлекательность» (что особенно ярко проявляется в последнем тексте, где прямо выражены пожелания). В обряде «Маска очарования» мед заговаривается так: *Сладко очарую, зазову, // наведу красоту на лик мой...* — компонент *сладкий* вновь оказывается востребованным. Продолжение присказки звучит так: *Волшебству во мне остаться, // мне краше казаться!* — мед здесь является проводником волшебства. Заметим, что чаще в обрядах сладость, приятность меда должны перейти на человека или на какую-то сферу его действий, однако практически всегда мед является проводником. Например, в «Заговоре на крепкое здоровье» болезнь — *горька на вкус, холодна*, поэтому человек грозит ей: *медком подслащусь, теплым молочком согреюсь*. Мед здесь выступает и как объект, качества которого переносятся на человека, и как проводник (на него необходимо *наговорить*, чтобы обряд действовал). Поглощение продукта является как бы присвоением свойств, которыми обладает продукт.

На силе указанного свойства меда — его сладости — основаны ритуал «Для удачной продажи» (ср.: *Как мед сладок, так станет // Наша жизнь сладка и радостна*), заговор для привлечения клиентов (*Как мед сладок и как его все любят, так пусть будет сладко клиентам, покупателям в моей фирме*). Если в ритуалах, связанных с достижением красоты, мед не имеет значимости как продукт, то обряды, связанные с достижением материального благополучия, предполагают обязательное поедание меда: *Остаток меда нужно сразу самому съесть* (обряд для удачной продажи), а *потом тот мед нужно всей семьей есть, пока он не кончится* (помощь

меда перед важной покупкой), *утром, перед тем как выходить на работу, съедайте ложку акациевого меда* (ритуал для покупки жилья), *самому съесть небольшой кусочек меда* (обряд на деньги). Согласно ССД *мед считается любимой пищей души умерших* (заметьте, что все-таки пищей не для тела, а для души), также описывается множество связанных с религией блюд, которые включают в себя мед как продукт.

Мед может выступать не только в качестве объекта с определенными характеристиками, эталона, проводника, но и в качестве одушевленного существа, к которому можно обращаться. Например, в ритуале «Горшочек желаний» при совершении действий рекомендуется *нашептывать желание меду* и потом каждые две недели *трижды повторять меду свое желание*.

Ритуалы и обряды актуализируют компоненты значения, связанные с тактильными ощущениями, — *жидкий, липкий*. В ССД большая часть ритуалов связана с мазанием медом чего-либо (печенья, губ, корыта, каравая, волос, вымени коровы или детей и т. п.), сама возможность «мазания» обусловлена консистенцией меда.

В обряде для удачной продажи человеку понадобится *1 чайная ложка липового меда (лучше, если мед будет жидким)*, т. е. важной характеристикой оказывается консистенция меда. Этот же признак косвенно реализуется в обряде «Горшочек желаний»: *налей туда мед* — нужно взять мед, который, во-первых, не слишком густой, во-вторых, не засахарившийся. В ритуале «Помощь меда перед важной покупкой» в заговоре есть слова *Медом дорожку к добру устилаю*. Необычна сочетаемость *медом устилать*: мед, вследствие его физических свойств, не может стелиться, он может мазаться, растекаться; кроме того, мед липкий, следовательно, «медовая дорога» окажется намного более трудной, чем та, о которой говорят *как по маслу*. Но дорога к добру всегда трудна, требует большой душевной работы, и мед своим сильным позитивным потенциалом призван ослабить восприятие трудностей в сознании говорящего.

В ритуале «Мед для стройности» мед выступает активным субъектом, воздействующим на человека и помогающим ему избавиться от неприятного, ненужного (*Мед мой жир с тела забирает!*).

Важными оказываются и внешние характеристики меда. Так, часто актуализируется компонент «цвет», что обусловлено, вероятно, совпадением типичного цвета меда (светло-желтый, золотистый) с цветом национально-культурно значимых объектов *солнце* и *золото*. В «Ритуале для зачатия ребенка» требуется мед *максимально светлого цвета (гречишный, например, не подойдет)*. В ритуале «Мед для стройности» также по ассоциации с солнцем мед приобретает свойства *горячий, сжигающий*, вследствие чего он может растопить жир. Во вступлении к списку «медовых ритуалов» мед характеризуется как *божественный дар природы*, соединяющий в себе *силы Солнца и Земли*. Связь с солнцем и землей устанавливается также через цвет — светлый и темный мед.

Мед — природный продукт, и ярким компонентом значения меда оказывается его происхождение. В отдельных обрядах вид меда по растению-медоносу указывается как рекомендуемый. Например, в присказке ритуала для удачной продажи встречаются такие слова: *Как силен липовый мед, // Так легка и удачна продажа...* — подчеркивается сила именно липового меда. В ритуале для покупки жилья ценными свойствами обладает акациевый мед: *съедайте ложку акациевого меда*. Сила любого меда признается и в обряде на то, чтобы ребенок не знал нужды: *сила меда велика*.

Связь производителя (пчел) и меда осмысливается как эталонная

- в обряде на заговор любимой(ого): *Как мила людям заря красная, как мила людям звездочка ясная, как мил мед пчеле, так и вся любовь к рабе...*,
- в ритуале на покупку жилья: *Как дерево к солнцу тянется, как пчелы к меду тянутся, так, деньги, ко мне тянитесь...*
- в заговоре для привлечения клиентов — *пусть (клиенты, покупатели) тянутся, как пчелы на мед*.

Согласно ССД *мед* является символом плодovitости, поскольку *на мед распространялась также символика пчел, для которых идея плодovitости была связана с их множественностью, непрерывным движением-роением, божественной благословенностью*. Среди современных ритуалов с медом также есть родинный обряд. Символика плодovitости обусловлена силой меда, которая также подчеркивается во вступительном тексте к каждому ритуалу: *мед помогает на долгие годы сохранить силы и здоровье; не остались в стороне и косметологи, использующие полезные свойства меда*. Подчеркнем, что семантический компонент 'сила' в значении лексемы *мед* не фиксируется словарями, он выделен нами только на материале обрядов, тем не менее эта сема относится к числу ярких.

Таким образом, мед является частым атрибутом и русских народных обрядов, и современных ритуалов. Ритуальное использование меда обусловлено восприятием его как продукта, пришедшего к нам от предков, ценного для них, наделенного особым значением. Актуализированные в действиях свойства меда отражают яркие для наивного языкового сознания семантические признаки лексемы *мед*, в числе которых 'вкус', 'консистенция', 'происхождение', 'цвет'. Символическое значение меда может быть различным и определяется «телеологией обряда» [Баранов 2005]. С помощью меда можно создавать добрые силы, которые будут сопровождать человека по жизни — *Пусть с каждым меда глотком // Добро приходит в дом*.

ЛИТЕРАТУРА

Баранов Д. А. Образы вещей (О некоторых принципах семантизации) [Электронный ресурс]. — Антропологический форум, 2005. — Режим доступа: http://anthropologie.kunstkamera.ru/files/pdf/002/02_04_baranov.pdf

Назарова И. Ю. Культурная семантика пазухи в славянской народной традиции [Электронный ресурс]. — Осенняя школа, 2005. — Режим доступа: <http://www.ruthenia.ru/folklore/nazarova1.htm>

Стернин И. А. Лексическое значение слова в речи / И. А. Стернин ; науч. ред. З. Д. Попова. — Воронеж : Изд-во Воронеж. ун-та, 1985. — 170 с.

Толстая С. М. Постулаты московской этнолингвистики [Электронный ресурс]. — Растко, 2007. — Режим доступа: <http://www.rastko.rs/projekti/etnoling/delo/11734>

Толстой Н. И. Язык и культура [Электронный ресурс]. — М., 1995. — Режим доступа: <http://www.philology.ru/linguistics1/tolstoy-95.htm>

СЛОВАРИ

Славянские древности : этнолингвистический словарь : в 5 т. Т. 3, К (Круг) — П (Перепелка) / Т. А. Агапкина, Л. Н. Виноградова, А. В. Гура [и др.] ; РАН, Ин-т славяноведения ; под ред. Н. И. Толстого. — М. : Междунар. отношения, 2004. — 700 с.

Ожегов С. И. Толковый словарь русского языка : 80000 слов и фразеологических выражений / С. И. Ожегов, Н. Ю. Шведова ; РАН, Ин-т рус. яз. им. В. В. Виноградова. — 4-е изд., доп. — М. : Азбуковник, 2001. — 944 с.

Никифорова Н. В.

магистрант 1-го курса

Уральского федерального университета

Семантика лексемы *один* в русских фразеологизмах

Анализ семантики фразеологических единиц, выявление специфики фразеологического значения, изучение системных отношений между фразеологизмами, исследование важнейших процессов фразеобразования привели к установлению глубинных связей и взаимоотношений между лексикой и фразеологией. Изучение семантики компонентов фразеологизмов способствует более глубокому проникновению в семантические процессы, происходящие в устойчивых сочетаниях.

Многие русские фразеологизмы включают в свой состав числительные, которые несут в себе культурно-специфическую семантику. Исследование числительных с точки зрения отражения в них этнокультурных, ментальных особенностей понятия

числа осуществляются не только лингвистами, но и психологами, этнологами, культурологами, историками, математиками и исследователями философии математики. Числа имеют в культурной системе символов дополнительные, символические значения и поэтому являются семиотическими полифункциональными знаками. Фразеологизмы, отражая в своей семантике длительный процесс развития культуры народа, фиксируют и передают из поколения в поколение культурные установки и стереотипы, эталоны и архетипы. Поэтому исследование фразеологизмов с числительными и модификации семантики числительных в устойчивых сочетаниях оказываются наиболее показательными с точки зрения выявления культурных смыслов числа [Шабалина 2010; Шао Наньси 2009].

Цель нашего исследования — выявить семантические особенности компонента *один* в русских фразеологических единицах.

В русистике нет единого понимания грамматического статуса слова *один*. Одни ученые считают его числительным по семантическим и грамматическим признакам, другие ученые относят его к прилагательным. Слово *один* изменяется по родам и во всех падежах согласуется с существительным (*один дом, одному дому*). Другими словами, лексема *один* обладает грамматической двойственностью и может выступать в нескольких частеречных формах. Являясь компонентом фразеологизмов, лексема *один* также выступает в разных категориально-грамматических статусах.

1. Числительное.

Во фразеологизмах слово *один* в своем главном значении, в значении числительного, чаще всего используется в сочетании с другим числительным, обычно в оппозиции с числительным *два* или с числительным *семь*: *Рубить семерым, а топор один; Бог дал два уха, но один язык; Лучшие семь раз сгореть, чем один раз овдоветь; Одной рукой и узла не завяжешь*. В последнем примере другое числительное отсутствует, но, поскольку речь идет о руках, имплицитно присутствует смысл «два».

2. Прилагательное.

Согласно толковому словарю в 4-х тт. лексема *один* выступает как прилагательное в четырех лексико-семантических вариантах, и фразеологические единицы нередко содержат прилагательное *один*: *Беда не ходит одна* (в значении ‘без других, в отдельности от других, в одиночестве’); *Далась дураку одна песня на веку* (в значении ‘никто другой или ничто другое; единственный’); *Бить в одну точку* (в значении ‘тот же самый, тождественный’).

3. Местоимение.

В значении местоимения исследуемая лексема употребляется в сочетании с определительным местоимением *другой* и используется при перечислении лиц, предметов либо при противопоставлении: *Один карась сорвется, другой сорвется, третий Бог даст и попадется*.

Противопоставление встречается значительно чаще и поддерживается с помощью союза «а»: *В одной руке пусто, а в другой ничего; От одного берега отстал, а к другому не пристал; У всякого свой вкус: один любит арбуз, а другой — свиной хрящик; На торгу два дурака: один дешево дает, другой дорого просит*.

4. Существительное.

В Словаре XI–XVII вв. выделяется два значения лексемы *один* в статусе существительного. В наших материалах лексема *один* имеет значение ‘человек’: *Один в поле не воин; Один в четырех каретах*.

5. Частица.

Употребление лексемы *один* в качестве частицы нетипично. В соответствии со Словарем XI–XVII вв. *один* употребляется в паре с ограничительной частицей *только* или без нее, но с тем же ограничительным значением: *Горе только одного рака красит; Учитель один не считает годин*.

Единица символизирует единое как исток всего множества вещей, это центр, Бог, солнце, мужское начало; это бытие и проявление духовной сущности в противоположность небытию и непроявленности. Число один также воплощает активный принцип; оно

есть начало процесса, зерно, семя. Единица — это основа и шкала отсчета, это образ человека.

Кроме того, единица обозначает духовное единство, целостность, единую природу всего сущего.

В соответствии с природой фразеологизмов, особенно фразеологизмов-идиом, их компоненты либо вообще теряют свое лексическое значение, либо семантика их составляющих существенно меняется.

Анализ нашего материала показал, что лексема *один* в составе фразеологизмов участвует в формировании единого фразеологического значения, привнося в него какую-либо сему или усиливая, гиперболизируя основное значение фразеологизма. Шао Наньси называет такую функцию нумератива «интенсификатором» [2009]. Некоторые интенсификаторы соотносятся с языковыми значениями лексемы *один*, другие оттенки лишь ассоциативно связаны с ее лексико-семантическими вариантами.

Числительное *один* открывает числовой ряд, что позволяет предполагать в его семантике такие потенциальные смыслы, как изначальность и целостность. *Один* еще нельзя считать полноценным числительным, поскольку типичное числительное предполагает наличие структуры, а единица является, скорее, конструктивным элементом, что ведет к развитию смыслов, выходящих за пределы чисто количественной семантики.

1. Интенсификатор «одиночество, изолированность».

Этот оттенок соотносится со вторым лексико-семантическим вариантом полисемантического слова «один» — `без других, в отдельности от других, в одиночестве`: *Один в поле не воин* (в одиночку все трудно делать); *Одной рукой и узла не завяжешь* (в одиночку не справишься с каким-либо делом); *Один как сын* (одинокый человек); *Одна муха не проест и брюха* (в одиночку дела не осилить). Интенсификатор одиночества передается лексемой *один* как существительным, как прилагательным и как местоимением. *Один* может транслировать семантику отдаленности от совокупности подобных объектов. Идея изолированности при переходе в сферу социальных отношений наделяется негативными

коннотациями: на первый план выходит представление о человеке как о существе социальном, неспособном вести полноценную жизнь в изоляции от других: *Одному против многих не замышлять*; *Одному и топиться скучно*; *И в раю жить тошно одному*; *Один и дома загорюет, а в поле и двое воюют*.

2. Интенсификатор «единственность, уникальность».

Опирается на третье значение `никто другой или ничто другое, кроме; единственный`. Интенсификатор подчеркивает важность, значимость того объекта, по отношению к которому употребляется фразеологизм. Поэтому существительные во фразеологизмах с таким интенсификатором обозначают уникальные объекты: *Одному аллаху известно*. В сфере религии единичность как уникальность связывается прежде всего с Богом, причем кажется, что в данном случае соединяются идеи целостности и уникальности. Кроме того, в народном сознании закреплена идея единства религиозного и аксиологического: *Один Бог, одна правда*.

3. Интенсификатор «абсолютное отсутствие чего-либо».

Он также соотносится с третьим значением. Сема языкового значения «ничто другое» абсолютизируется в сему «ничто»: *Ни одной души* (никого, ни одного человека); *Одна речь не пословица* (мнение, суждение кого-либо еще не аргумент); *Из пяти пальцев не вижу ни одного, а один в глазах семерит*.

4. Интенсификатор «сходство, подобие».

Связан с лексико-семантическим вариантом `тот же самый, тождественный; одинаковый`: *Из одного и того же теста* (совершенно похож на кого-либо по характеру, мировоззрению); *Одним миром мазаны* (похожи друг на друга, обычно по своим качествам, свойствам, положению; стоят друг друга); *Одного поля ягода* (очень похожи друг на друга по своим, обычно отрицательным, качествам); *В одну дудку дудеть*; *В один голос* (поступать одинаково, действовать в одном направлении).

5. Интенсификатор «всеобщность».

Числительное *один*, соответствующее наименьшему из натуральных чисел, является наиболее приспособленным для выражения идеи целостности, монолитности, всеобщности, которая во

многом связана с христианской традицией: *Бог один, да совесть не у всех одна; На весь мир один песок сеют; Одним словом* (короче говоря); *Все как один* (все единодушно).

6. Символическое значение «интенсивность» можно вывести из разговорного значения лексемы «один» — ‘чрезвычайно, очень сильный’, которое дает толковый словарь в 17-ти тт. *Один* в соединении с лексемами, называющими быстрое однократное действие или короткий промежуток времени, подчеркивает семантику интенсивности, быстроты: *В один момент* ‘тотчас, очень быстро’; *Одним духом* (сразу, в один прием); *Как одна минута* (очень быстро, совсем незаметно); *Всем свахам одним махом*; *Одной левой* (легко победить); *В один присест* (сразу).

7. Ограничительное значение.

Как было сказано ранее, в Словаре русского языка XI–XVII вв. такое значение выделяется обычно в сочетании с частицей *только*: *Горе только одного рака красит*. Такое употребление нейтрализует семантику лексемы *один*, сводит ее к нулю, и актуальным остается лишь ограничительное значение: *Одному аллаху известно; Себялюб одному себе люб*.

Нумератив *один* как компонент устойчивого выражения обозначает «неопределенно малое количество». В оппозитивных выражениях служит выражением контраста: *один — много, один — другой*. Например: *Лучше один раз своими глазами увидеть, чем сто раз услышать; Лучше семь раз сгореть, чем один раз овдоветь; В одной руке пусто, а в другой ничего; На одном конце червяк, на другом — дурак* (о рыболове-любителе).

Но не ко всем словарным значениям можно возвести смыслы, актуализированные лексемой *один* во фразеологизмах.

Так, нумеративные устойчивые выражения с числительными *один* передают и гиперболизируют идею метафорической «пространственной» близости: *От любви до ненависти один шаг; Лук с морковкой хоть с одной грядки, да не одинаково сладки*.

Кроме того числительное *один* во фразеологизмах способно передавать идею аномальности. Функционируя в тематической сфере парных органов, единичность может указывать на

недостатки работы того или иного органа: *одним ухом* ‘не полностью, без подробностей’, *одной ногой* ‘непрочно’. Аномалии, как правило, получают негативную оценку [Шабалина 2010].

Как показал предпринятый анализ, лексема *один* в составе устойчивых выражений претерпевает качественные семантические изменения; частично утрачивает свое прямое лексическое значение количества. Как компонент устойчивых выражений *один* передает прямые значения количества, а также символические значения, связанные с идеями быстроты действия, события, процесса, неопределенно малого количества, неопределенно далекого или близкого расстояния. Кроме того, существенная роль нумератива *один* заключается в том, что, выражая все перечисленные выше значения, он гиперболизует их, является интенсификатором тех идей, которые заложены в выражениях в целом.

ЛИТЕРАТУРА

Шабалина Е. В. Числительное: механизмы порождения оценочных коннотаций (на материале русского и польского языков) // Славяноведение. 2010. № 1. С. 74–82.

Шао Наньси. Нумеративные устойчивые выражения в русском языке : автореф. дис. ... канд. филол. наук. Воронеж, 2009. — 22 с.

СЛОВАРИ

Словарь русского языка : в 4-х т. / под ред. А. П. Евгеньевой. — М., 1957–1961.

Словарь современного русского литературного языка : в 17 т. / под ред. В. И. Чернышёва. — М. ; Л. : Изд-во АН СССР, 1948–1965.

Словарь русского языка XI–XVII вв. / под ред. Д. Н. Шмелева. — М. : Наика, 1988. Т. 14.

Плеханова Л. К.
магистрант 2-го курса
Уральского федерального университета

Лексема *пафос*: развитие негативно-оценочного значения

Язык — динамичная система, для которой развитие является одним из условий существования. В сфере лексики это развитие наиболее наглядно, так как эта система реализуется в постоянном процессе устаревания и обновления лексики. Так, помимо большинства используемых слов в системе языка всегда есть как класс выходящих из употребления — архаизмов, так и входящих в употребление — неологизмов. Развитие языка определяется как внешними, так и внутренними факторами, но главным всегда является крепкая связь языка с обществом, так как все в языке определяется его функциями, которые имеют сугубо общественный характер. Если говорить о внешних факторах, влияющих на развитие словарного состава, то основным здесь, следуя за Э. В. Кузнецовой, является «состояние общества, содержание общественного сознания, уровень общественных потребностей» [Кузнецова 1990: 154]. Содержание общества, в свою очередь, определяется самой изменившейся действительностью, прежде всего социальной.

Изменения в обществе порождают и актуализируют многие процессы в языке (такие, как, например, интернационализация, жаргонизация, неологизация и т. д.), кроме того, по словам Н. С. Валгиной, отмечается и изменение в ранее стабильной шкале стилей, введенной еще М. В. Ломоносовым. Так, с одной стороны, отмечается общая стилистическая сниженность речи, усиление разговорности и экспрессивной составляющей как отказ от прежней официозности. Сюда же относится и либерализация нормы, приведшая к неумеренному употреблению сниженной лексики (просторечной, жаргонной, арготической и т. д.). С другой стороны, проявляется и центробежный процесс, с помощью которого вымывается высокий стилистический ярус. Если еще раз обратиться к классификации «штилей» М. В. Ломоносова, то можно

сказать, что экспансия разговорности в литературном языке привела к утрате высокого стиля и система стала двухъярусной. Ироническое отношение к высокому стилю поднимает средний стиль до высокого, а средний, включающий в себя нейтральные языковые средства, стал заполняться сниженной лексикой. По мнению В. В. Колесова, процесс смещения стилистических уровней языка произошел именно так.

Одним из актуальных процессов в современном русском языке является деидеологизация как неприязнь к идеологически «заряженным», «пафосным» словам или отказ от их использования. По словам И. Т. Вепревой, неприятие пафосной лексики обусловлено предшествующим лингвокультурным периодом, который характеризовался расхождением официального и неофициального языков. Официальный язык был набором речевых стереотипов и использовал высокую лексику, заняв нишу высокого стиля. Носитель языка советского периода в свою очередь был двуличен: в рамках делового общения он оперировал набором принятых выражений, а в дружеском общении высмеивал свои же слова и поступки. Отторжение официального языка как языка лжи автоматически отторгает и пафосную лексику, поэтому вымывание высокого регистра — своеобразная реакция на советский официоз, лжевысокий стиль тоталитарного времени.

Социальные и политические изменения последних десятилетий не могли не повлиять на язык — многие слова, ранее идеологизированные, либо лишились идеологических коннотаций, либо изменили их. В данной работе мы обращаемся к рассмотрению лексемы *пафос*, которая приобрела негативно-оценочное значение в последние десятилетия. Для подтверждения тезиса необходимо рассмотреть значение лексемы как в языке, так и в речи.

Под лексическим значением слова понимается «содержание слова, отображающее в сознании и закрепляющее в нем представление о предмете, свойстве, процессе, явлении и т. д.» [Ярцева 2002]. В своем исследовании мы опирались на девять толковых словарей: «Большой толковый словарь» 2002; «Большой толковый словарь русского языка» С. А. Кузнецова 2001; «Русский толковый

словарь» В. В. Лопатина 2006; «Толковый словарь русского языка в четырех томах» Д. Н. Ушакова 1996 и 2000; «Русский толковый словарь» 2007; «Словарь русского языка в четырех томах» под редакцией А. П. Евгеньевой 1985; «Толковый словарь русского языка» С. И. Ожегова и Н. Ю. Шведовой 2009; «Толковый словарь русского языка» Н. Ю. Шведовой 2009. Приведем некоторые определения:

Пафос (книжн.). *Воодушевление, подъем, энтузиазм* [СОШ 2009: 496].

Пафос (книжн.) 1) *страстное воодушевление, одушевление*. 2) *воодушевление, энтузиазм, вызываемый чем-нибудь*; 3) *воодушевляющий, творческий источник, основной тон, идея чего-нибудь*; 4) *внешнее проявление одушевления, иногда производящее впечатление фальши (неодобрит.)* [СУ 2000: 72].

Пафос. 1. *Страстное воодушевление, одушевление*. 2. *Воодушевление, энтузиазм, вызываемый чем-н.* 3. *Воодушевляющий, творческий источник, основной тон, идея чего-н.* [СУ 1996: 71].

Пафос. 1) *страстное воодушевление, подъем*; 2) *воодушевление, подъем, вызываемые какой-либо высокой идеей* [СЕ 1985: 34].

Пафос. *Страстное воодушевление, подъем, энтузиазм*. [СЛ 2006: 447].

Пафос. 1. *страстное воодушевление, подъем*. 2. *чего или с опр. Воодушевление, энтузиазм, вызываемые какой-л. высокой идеей*. [БТСКузнецов 2001: 788].

При рассмотрении дефиниций можно заметить, что многие словари дают одинаковые по структуре определения: «Воодушевление, подъем, энтузиазм». Причем семь определений из девяти фиксируют в первом значении не просто воодушевление, а «страстное» воодушевление. Во втором значении лексема **пафос** зачастую определяется как основная идея, источник, тон, или воодушевление, вызываемое ею, чем-либо.

Опираясь на словари разных лет выпуска, можно сказать, что в целом за двадцать лет в определении лексемы не прослеживается динамики: почти все словари дают сходные определения, изредка «впуская» в дефиницию новые оттенки значения. При

сравнении словаря под ред. Д. Н. Ушакова, известного в советское время в качестве самого нормативного и идеологизированного, со словарем С. И. Ожегова и Н. Ю. Шведовой в последнем издании, можно заметить парадоксальное явление: в издании словаря Д. Н. Ушакова 2000 г. появляется новое, четвертое значение, не зафиксированное ни в одноименном издании 1996 г., ни в Толковом словаре русского языка под ред. Н. Ю. Шведовой, выпущенном в 2009 году. Таким образом, можно сделать вывод о том, что словари очень «неохотно» отражают динамику значения лексемы **пафос**, и говорить о ней, опираясь на один словарь из десяти, не приходится.

Другое дело — проявление изменения значения в речи говорящих. Доказывая тезис о том, что лексема **пафос** развивает новое, негативно-оценочное значение, мы обратились к базе данных информационного агентства Интегрум-техно с 1985 по 2011 гг. Общее количество рассмотренных нами контекстов — более 40 тысяч. Приведем самые яркие контексты с негативно-оценочным значением:

Этот рассказ мне потребовался для того, чтобы вы поняли весь тяжелый пафос и глубинный смысл произошедшего в субботу утром. (Спорт-экспресс; 31.01.2011)

*И целый Сибирский федеральный университет (который, несмотря на **скуловоротный пафос** и много шума, — пока что ничего, то есть собой ничего особенного не представляет).* (Вечерний Красноярск; 26.01.2011)

*А вот от **излишнего пафоса** депутаты мужественно удержались.* (Коммерсантъ-Власть; 31.01.2011)

*Он ненавидел **ложный пафос** и плакатный героизм.* (Сибирские огни; 15.05.2001).

*Еще чаще ее **пафос раздражал**.* (Аргументы и факты; 23.03.2001).

*И говорит он хорошо, правильно, **без пафоса** и по-человечески.* (Афиша; 05.02.2001).

***Пафос — опасный приём**, к нему следует прибегать только в крайнем случае.* (Автозвук; 15.11.2008).

И нет в его словах никакого артистически наигранного пафоса, а есть просто не проходящее восхищение покоем и уютом. (Коммуна (Воронеж); 06.01.2011)

Пафос — это апофеоз неразвлекухи. (Аргументы и Факты; 25.08.2010)

Впрочем, процесс подачи этой утки к столу обставлен с непропорциональным пафосом. (Новая новгородская газета (Великий Новгород); 05.01.2011)

И общие места, и прямолинейность, и избыточный пафос, на которые Иствуду тут очень просто попенять. (Афиша; 30.04.2010)

Никакого наносного пафоса, свойственного многим дамам «высшего света», не было вовсе. (Городской курьер (online) (г. Саров); 05.01.2011)

Давайте понизим пафос — самой литературе как нерушимому корпусу произведений от этого большого ущерба нет. (Арион; 15.04.2010)

Данные контексты демонстрируют самые частотные оценочные значения лексемы **пафос**. Говорящие оценивают его как нечто уже изрядно надоевшее, ненужное и скучное. **Пафос** вызывает неприятные ощущения, он осмысливается как неприятный, досадный и раздражающий. Кроме того, в большинстве случаев он воспринимается как нечто ложное и лицемерное. При этом отмечается одна из черт пафоса — его неискренность. Говорящие, таким образом, высказывают недоверие к пафосу, так как лицемерие и ложь неприятны им.

ЛИТЕРАТУРА

Валгина Н. С. Активные языковые процессы в современном русском языке. — М., 2001. — 302 с.

Вепрева И. Т. Языковая рефлексия в постсоветскую эпоху / И. Т. Вепрева. — Екатеринбург : Изд-во Урал. ун-та, 2002. — 380 с.

Вепрева И. Т., Купина Н. А. Актуальное слово дня: гламур / Н. А. Купина, И. Т. Вепрева // Русский язык за рубежом. — 2006. — № 5.

Вепрева И. Т., Купина Н. А. Актуальное слово дня: перезагрузка / Н. А. Купина, И. Т. Вепрева // Русский язык за рубежом. — 2010. — № 5.

Кузнецова Э. В. Лексикология русского языка : учеб. пособие для филол. фак. ун-тов. — 2-е изд., испр. и доп. — М. : Высш. шк., 1989. — 216 с.

СЛОВАРИ И СПРАВОЧНИКИ

БСРЯ — Большой словарь русского языка. — 5-е изд., стереотип. — М. : Дрофа; Русский язык, 2002. — 627 с.

БТСК — Большой толковый словарь русского языка / гл. ред. С. А. Кузнецов. — СПб. : «Юринт», 2001. — 1535 с.

РТСЛ — Лопатин В. В., Лопатина Л. Е. Русский толковый словарь. — М. : Изд-во Эксмо, 2006. — 928 с.

Новые слова и значения. Словарь-справочник по материалам прессы и литературы 1990-х годов XX века : в 2 т. / сост. Т. Н. Буцева, Е. А. Леванов, Ю. Ф. Денисенко, Н. Г. Стунова, Н. А. Козулина, С. Л. Голобоблева, отв. ред. Т. Н. Буцева. Ин-т лингвистических исследований РАН. — СПб. : Дмитрий Буланин, 2009. — 816 с.

СОШ — Ожегов С. И., Шведова Н. Ю. Толковый словарь русского языка / С. И. Ожегов, Н. Ю. Шведова. — М. : Азбуковник, 2009. — 944 с.

МАС — Словарь русского языка: в 4 т. / под ред. А. П. Евгеньевой. — М., 1985–1988.

БАС — Словарь современного русского литературного языка : в 17 т. — М. ; Л., 1950–1965.

СУ — Толковый словарь русского языка : в 4 т. Т. 3 / под ред. проф. Д. Ушакова. — М. : ТЕРРА, 1996. — 712 с.

ТСУ — Толковый словарь русского языка / под ред. Д. Н. Ушакова. — М. : АСТ, Т. 3. 2000.

СШ — Толковый словарь русского языка с включением сведений о происхождении слов / отв. ред. Н. Ю. Шведова. — М. : Азбуковник, 2007. — 1175 с.

Рочева Д. М.
магистрант 1-го курса
Уральского федерального университета

Системно-языковая семантика лексем *терроризм / террор* (по данным толковых словарей)

Современное общество стало в значительной мере агрессивным. Социально-политическая ситуация изменилась в сторону проявления вражды. Одним из основных вызовов современности, влияющих на перспективы развития мира в целом, является международный терроризм. Это острейшая проблема, обсуждаемая сегодня политологами, публицистами, журналистами, военными и государственными деятелями. Почти ежедневно в новостях сообщается о террористических актах в разных уголках мира. Угроза терроризма существует во всех странах.

Общественно-политическая ситуация обусловила активизацию и самого слова *терроризм*. Слово, соотносимое со своим временем, становящееся особенно важным, актуальным благодаря своей семантике, получило в лингвистике статус актуального слова, «ключевого слова текущего момента» [Шмелева 1993], «слова-хронофакта» [Фомина 1995]. В основе актуальности слова могут лежать разные причины, но прежде всего это причины внеязыковые. К разряду единиц, наиболее ярко фиксирующих состояние эпохи, относятся такие слова, которые в определенный отрезок времени приобретают исключительно важное значение, отображают общественно значимые понятия и благодаря своей актуальной семантике становятся популярными у носителей языка.

Цель нашего исследования — проанализировать содержание лексемы *терроризм*, выявить семантические признаки значения, зафиксированные в толковых словарях.

Для анализа мы берем общие наиболее авторитетные толковые словари: Толковый словарь русского языка под ред. Д. Н. Ушакова [1935–1940], Словарь русского языка в четырех томах под ред. А. П. Евгеньевой [1957–1961], Словарь современного русского литературного языка в 17-ти томах [1950–1965], Толковый

словарь русского языка под ред. С. И. Ожегова, Н. Ю. Шведовой [1992], Толковый словарь современного русского языка: Языковые изменения конца XX столетия под редакцией Г. Н. Складневской [2005], Толковый словарь иноязычных слов Л. П. Крысина [2001].

Поскольку лексема *терроризм* в толковании всегда имеет отсылку к лексеме *террор*, мы привлекаем к анализу обе лексемы.

Слово террор заимствовано из французского языка и этимологически восходит к латинскому *terror* — страх, ужас.

Рассмотрим в хронологической последовательности лексикографическое описание понятий *террор* и *терроризм* и попытаемся выявить динамику осмысления указанного явления.

Толковый словарь русского языка Д. Н. Ушакова (далее СУ) является образцом советского времени, в нем отражена идеология большевизма. «*Терроризм* (тэрроризм), терроризма, мн. нет, м. (полит. книжн.). Тактика, политика террора // Деятельность террористов. *Мелкобуржуазный терроризм*» [СУ т. 4: 768]. Слово имеет стилистические пометы — политическое, книжное, то есть оно используется в сфере общественно-политической жизни. Оно обозначает и тактику (ср.: *тактика* — ‘совокупность приемов и способов общественной, политической борьбы’), и общую политику (ср.: *политика* — ‘деятельность государственной власти, партии или общественной группы в области внутригосударственного управления и международных отношений, определяемая классовыми интересами этой власти, партии, группы’).

Лексема *террор* в данном словаре представлена как полисемантическая. Причем оба значения имеют ограниченную сферу употребления.

«*Террор* [тэррор], террора, мн. нет, м. (латин. *terror* — ужас) (полит.). 1. Физическое насилие по отношению к политическим врагам. *Наш красный террор есть защита рабочего класса от эксплуататоров, есть подавление сопротивления эксплуататоров...* Ленин. *Эсеры, убившие тт. Урицкого и Володарского и произведшие злодейское покушение на жизнь Ленина, за белый террор против большевиков были подвергнуты красному террору...* История ВКП(б). *Избранный народниками путь борьбы*

с царизмом посредством отдельных убийств, посредством индивидуального террора был ошибочным и вредным для революции. История ВКП(б). ...Народники отказались от массовой революционной работы среди крестьянства и рабочего класса и перешли к индивидуальному террору. История ВКП(б)». 2. Период активной расправы с контрреволюционерами, возглавлявшейся якобинцами в 1793–94 гг. во Франции (истор.). *Период Террора*» [СУ, т. 4: 768].

В первом значении выделяются семантические признаки «физическое насилие», «политический враг».

Иллюстрации *красный террор, белый террор, индивидуальный террор* показывают отношение советской власти к террору.

Во втором толковании представлена энциклопедическая, неязыковая информация. *Террор* — исторический период, но вместе с тем это период в истории Франции, который отличается особой жестокостью.

Словарь русского языка в четырех томах под ред. А. П. Евгеньевой (далее МАС) предназначен для широкого круга читателей. Задача словаря — показать современное состояние словарного состава русского литературного языка и представить с необходимой полнотой его лексику. Так как МАС издавался в советское время, в нем представлено современное для того времени понимание реалии.

МАС разводит понятия *террор* и *терроризм*. Оба слова однозначные, стилистически нейтральные.

«*Терроризм*, -а, м. Политика и тактика террора» [МАС т. 4: 359].

Как и в СУ, *терроризм* определяется как производное от *террор*. «*Террор*, -а, м. Политика устрашения, подавления политических противников насильственными мерами (преследованиями, убийствами и т. д.). [От лат. *terror* — страх, ужас]» [МАС т. 4: 359].

В значении лексемы *террор* выделяются семантические признаки «воздействие на объект», «цель устрашения», «насильственные меры», «политический противник».

Иллюстрация *фашистский террор* показывает, что *террор* могут осуществлять только люди/организации, проповедующие насилие, расизм, национализм. И такое явление чуждо советскому

обществу середины 20 века, в отличие от предреволюционного и революционного времени.

Словарь современного русского литературного языка в 17-ти томах (далее БАС) охватывает с возможной полнотой общеупотребительную лексику русского литературного языка, книжного и разговорного, от пушкинской поры до наших дней. Академик А. А. Шахматов признал «главной и первой задачей» словаря «зарегистрирование по возможности всех слов русского языка с указанием их значений и степени распространенности».

В БАС также понятия *террор* и *терроризм* разводятся.

«*Терроризм*, а, м. Осуществление террора; деятельность и тактика террористов» [БАС, т. 15: 370]. Осмысливается как деятельность/действия определенной группы лиц, а не как политика государства.

Террор подается как многозначное слово и во втором значении стилистически маркированное. «*Террор*, -а; м. 1. Наиболее острая форма борьбы против политических и классовых противников с применением насилия вплоть до физического уничтожения. *Мы предлагаем издателям «Дня», «Современника», «Русского слова» и издателям журналов, которые будут запрещены вследствие политического террора в России, продолжать их издание в Лондоне.* Герцен, от издателей. 2. Перен. разг. Чрезмерная жестокость в отношении к кому-либо; воспитание методом строгого наказания и запугивания. *Педагогический террор*» [БАС, т. 15: 366].

В первом значении выделяются семантические признаки «борьба с объектом», «цель победить», «классовый противник», «физическое уничтожение». В определении, как видно, расширяется объект: это не только политический противник, но и представитель «чужого» общественного класса. Сема «уничтожение» конкретизируется семой «физическое». Иллюстрация *политический террор* указывает на идеологичность семантики.

БАС — это первый словарь, в котором зафиксировано переносное значение лексемы *террор*. Это значение имеет стилистическую помету «разговорное», что свидетельствует об активном

использовании слова, о появлении новых синтагматических отношений слова в языке, о снятии идеологичности.

В Толковом словаре русского языка С. И. Ожегова, Н. Ю. Шведовой (далее СОШ) представлены обе лексемы, и *террор* также дается как многозначное слово.

«*Терроризм*, -а, м. Политика и практика террора (в 1 знач.)» [СОШ]. Иллюстрация — *государственный терроризм* показывает, что терроризм могут осуществлять люди/организации, который занимаются управлением и охраной общества. Терроризм также определяется через террор.

«*Террор*, -а, м. 1. Устрашение своих политических противников, выражающееся в физическом насилии, вплоть до уничтожения. Политический т. Индивидуальный т. (единичные акты политических убийств). 2. Жестокое запугивание, насилие» [СОШ].

В первом значении лексемы *террор* выделяются семантические признаки «запугивание объекта», «политический противник», «физическое насилие», «истребление» (ср: уничтожить — прекратить существование кого-чего-н., истребить. У. врага. У. пороки). Иллюстрации *политический террор*, *индивидуальный террор* показывают, что террор может осуществляться государством, организациями и отдельными личностями в политических целях.

Во втором значении слова устраняется идеологическая / политическая семантика и происходит расширение значения. И в сравнении с БАСом расширяется сфера употребления слова, так как помета «разговорное» снимается.

Толковый словарь современного русского языка: Языковые изменения конца XX столетия под редакцией Г. Н. Складневской (далее — ЯИ) посвящен описанию и классификации динамических процессов, которые отражают стремительные общественные перемены, происходящие в современной России. В словаре описаны сложные, перекрещивающиеся и противоречивые процессы, происходящие в настоящее время в языке.

Новые слова участвуют в процессах языковых изменений самым фактом своего появления в языке и в Словаре приведены без графического знака. В ЯИ представлены слова так называемого

основного фонда — обычные, привычные слова, подвергшиеся актуализации. Это слова, претерпевшие в описываемый период семантические, стилистические, оценочные и другие изменения. Под актуализацией лексики понимают активизацию семантических преобразований, возникновение серий устойчивых словосочетаний, словообразовательную активизацию.

Объектом лексикографического описания служат слова, изменившие или изменяющие свой статус в семантическом, стилистическом, сочетаемости и других отношениях, вступающие в новые синонимичные, антонимичные и словообразовательные связи.

Лексика в словаре представлена на уровне лексико-семантического варианта, то есть описываются не только слова, но и отдельные значения как самостоятельные заголовочные единицы. Семантическое членение производится на уровне значения слова.

«*Терроризм*, а, м. Криминал. Политика устрашения и ликвидации политических противников с помощью террористических актов, тактика их осуществления» [ЯИ]. В значении выделяются семантические признаки «ликвидация», «террористический акт», «политический противник». В толковании присутствует производное «террористический акт», называющее средство достижения цели. *Терроризм* имеет в своем основном значении стилистическую помету — «криминальное» то есть в современном русском языке слово изменило сферу своего употребления.

Определение *терроризм* не отсылает к определению *террор*.

«*Террор*, -а, м. 1. Полит. Политика государства, направленная на подавление политических противников и широких народных масс насильственным путем (преследованиями, убийствами, репрессиями и т. п.)

2. Криминал. Диверсии, убийства, похищения и т. п. как средство достижения политических и других целей» [ЯИ].

В первом значении слово стилистически маркировано — «политическое». Содержит семантические признаки «политический противник», «подавление», «насильственный путь»,

«широкие народные массы». Объектом террора помимо политического противника называется и простой народ, не являющийся врагом.

Второе значение содержит семантические признаки «диверсия», «убийство», «похищение». Все эти действия являются преступлениями против общества и уголовно наказуемы, о чем свидетельствует стилистическая помета «криминальное». В определении присутствует семантический признак «политические и другие цели». Террор применяется для достижения не только политических, но и личных, а также других целей. Террор перестает быть сугубо политическим понятием. Расширяется значение и сфера употребления слова.

Толковый словарь иноязычных слов Л. П. Крысина (далее ТСИС) включает много новых, недавних заимствований, уже широко употребляющихся в нашей речи. В основном это научная и техническая, общественно-политическая и экономическая терминология; лексика, относящаяся к искусству, сферам музыки, моды, развлечений и т. д.

«*Терроризм*, [фр. *terrorisme* < лат. *terror*]. 1. Политика *террора*. Деятельность *террористов*» [ТСИС].

Толкование отсылает к слову *террор*.

«*Террор*, [фр. *terreur* < лат. *terror* **страх, ужас**]. 1. Угроза физической расправы с кем-н. по политическим или иным мотивам, а также сама такая расправа. *Т. фашистов*. *Индивидуальный т.* (акты убийства отдельных политических, общественных и др. деятелей) 2. *перен.* Запугивание с угрозой насилия или с его фактическим применением. *Семейный т. отца-самодура*. *Т. торговой мафии*» [ТСИС].

Первое значение содержит семантические признаки «угроза», «физическая расправа», «политический мотив». Иллюстрации *террор фашистов*, *индивидуальный террор* показывают, что террор как политический акт чужд цивилизованному обществу.

Второе значение имеет помету «переносное». Содержит семантические признаки «насильственное воздействие на объект», «цель устрашения, угрозы». Происходит расширение значения.

Террор может осуществляться не только на социальном или государственном уровне, но и на бытовом (иллюстрация *семейный террор*).

Обобщим все полученные результаты в таблицах.

терроризм	СУ	МАС	БАС	СОШ	ЯИ	ТСИС
политика	+	+		+	+	+
тактика	+	+	+			
деятельность	+		+	+		
политический противник					+	

террор						
физическое насилие	+	+	+		+	+
политический враг (противник)	+	+	+	+	+	
физическое уничтожение			+	+		+
устрашение объекта/угроза				+	+	+
народные массы					+	
преступные действия					+	
политический мотив/цель					+	

В результате анализа можно сделать следующие выводы. Для наивного языкового сознания, которое и находит отражение в толковых словарях, *терроризм* — более обобщенное понятие, чем *террор*. *Терроризм* понимается как политика государства и как конкретная совокупность приемов; деятельность, осуществляемая группой лиц или отдельной личностью в политических целях.

Проанализировав словарные статьи и выделив основные семантические компоненты, составим обобщенное толкование лексемы *террор*:

Террор — насильственные действия со стороны государства или отдельных групп, включающие широкий диапазон мер от угрозы до физического уничтожения, направленные против политических противников и/или народных масс как средство достижения политических и других целей.

ЛИТЕРАТУРА

Фомина З. Е. Слова-хронофакты в языке политических текстов // Язык и эмоции. Волгоград, 1995. С. 207–215.

Шмелева Т. В. Ключевые слова текущего момента // Collegium, 1993, № 1. — С. 33–41.

СЛОВАРИ

Крысин Л. П. Толковый словарь иноязычных слов. М. : Изд-во «Русский язык», 2001. — 944 с.

Ожегов С. И., Шведова Н. Ю. Толковый словарь русского языка. М. : Азъ, 1992. — 955 с.

Словарь русского языка : в 4 т. / под ред. А. П. Евгеньевой. Т. 4. — М., 1961. — 794 с.

Словарь современного русского литературного языка : в 17 т. — М., Л. : Изд-во АН СССР. Т. 15. 1963. — 1614 с.

Толковый словарь русского языка : в 4 т. / под ред. Д. Н. Ушакова. — М. : Гос. ин-т «Сов. энцикл.» ; ОГИЗ ; Гос. изд-во иностр. и нац. слов. Т. 4. — 1940. — 1502 с.

Толковый словарь современного русского языка: Языковые изменения конца XX столетия / под ред. Г. Н. Складневской. М. : АСТ, 2005. — 894 с.

Сидорова В. В.

магистрант 1-го курса

Уральского федерального университета

Структура словарной статьи метаединицы: из опыта лексикографической обработки корпуса метаоператоров

В современной науке активно изучается феномен метатекста и метаязыковой деятельности говорящего / пишущего, см., например: [Богин 1998; Вежбицка 1978; Вепрева, 2002; Ляпон 1996; Николаева 1995; Норман 1994; Перфильева 2006; Ростова 2000; Шаймиев 1996; Шумарина 2012] и др. Наличие большого корпуса

метаединиц в современной речи побудило нас обратиться к проблеме лексикографической представленности открытого списка метаоператоров в виде словаря. Составление словаря метавысказываний является перспективным шагом в теории метатекста, так как выводит исследователей на новый уровень систематизации метаязыковых высказываний в виде разноаспектного описания метаоператоров различного типа.

Чтобы реализовать свой замысел создания словаря метавысказываний, мы провели предварительную работу по сбору материала. Материал собирался из академической Грамматики русского языка [Грамматика 1980], толковых словарей [СОШ 1997; ТСРЯ 2008], научных статей и монографий, посвященных метаязыковой проблематике, из публицистики и устной речи. В итоге нами было выделено около 300 метаоператоров. Данный корпус метаединиц лег в основу словника.

Мы придерживаемся широкого понимания метатекста, при котором метатекст понимается как строевой компонент текста, выполняющий иллокутивную функцию, связанную с «речевыми шагами Говорящего по порождению текста» [Шаймиев 1996: 71], функцию координации адресата в речевом потоке [Кормилицина, Ерастова 2000: 252], являющуюся отражением его речевого поведения [См.: Рябцева 1994]. Таким образом, к метапоказателям мы относим вводные слова, перформативы, атрибутивные словосочетания. Ядро словаря составляют вводные слова. Все составляющие словник метаединицы объединяются наличием языковой рефлексии, направленностью языкового сознания на познание самого себя.

В процессе обдумывания структуры словаря и параметров словарной статьи опорой для создания послужили «Объяснительный словарь русского языка: структурные слова: предлоги, союзы, частицы, междометия, вводные слова, местоимения, числительные, связочные глаголы» В. В. Морковкина, Н. М. Луцкой, Г. Ф. Богачевой [2003], «Словарь служебных слов русского языка» А. Ф. Прияткиной, Е. А. Стародумовой, Г. Н. Сергеевой [2001], «Толковый словарь русского языка» С. И. Ожегова [2009].

Наш словарь состоит из двух частей: в первой части представлены метавысказывания, комментирующие текст, во второй части — метавысказывания, комментирующие лексическую единицу. Такое деление принципиально необходимо, так как эти разграничения непосредственно связаны с особенностью употребления рефлексивных высказываний и их функцией в устной и письменной речи.

Представим структуру словарной статьи и рассмотрим ее на примере метаоператоров из первой и второй частей.

Из первой части мы взяли метаоператор, комментирующий текст, — *четвертое*, а из второй части — метаоператор, комментирующий лексическую единицу, — *страшное слово*.

Итак, словарная статья, разработанная нами, включает в себя до пяти зон. Дадим характеристику выделенным зонам.

1. Заголовочная единица, которая может быть представлена как одноэлементным, так и многоэлементным образованием. В данном случае заголовочная единица представлена одноэлементным образованием — *четвертое* и многоэлементным образованием — *страшное слово*. Далее идут справки.

2. Справка об особенностях употребления заголовочной единицы (если такие особенности наличествуют) и ее развернутое толкование, указывающее на прагматическую сущность метаоператора (абсолютная ценность заголовочной единицы). В данном случае у метаоператора *четвертое* указана частеречная характеристика: *порядк. числ.* (порядковое числительное) и характеристика особенности употребления рефлексива: *рефл. очеред.* (рефлексив очередности), далее дано развернутое толкование единицы: *Употребляется при последовательном перечислении чего-либо (чаще всего оснований, целей, составных частей и т. п.) для обозначения и выделения четвертого числа и пункта.*

У метаоператора *страшное слово* отражена особенность употребления единицы: *атр. соч.* (атрибутивное сочетание) и также дано развернутое толкование единицы: *Употребляется говорящим при комментировании слова, обозначающего явление опасное, несущее тревогу.*

3. Справка об относительной ценности заголовочной единицы с помощью приведения синонимов: в словарной статье приводятся как точные, так и неточные синонимы. Метаоператор *четвертое* имеет точный синоним *в-четвертых*. Метаоператор *страшное слово* также имеет синонимы: *мы, как СПИДа, боимся этого слова, люди боятся слова, кого не бросает в дрожь от слова, жуткое слово, ужасное слово,*

4. Иллюстративный материал, в котором отражены позиции (местоположение) метаоператора по отношению к комментируемой единице, в зависимости от его функции. Основными источниками примеров являются публицистические тексты, художественные тексты, разговорная речь. Основным источником выборки материала — поисковая база данных Интегрум (Integrum.ru). Для метаоператора *четвертое* мы привели следующую иллюстрацию:

● *Каковы ключевые цели этой программы? Во-первых, это полное удовлетворение потребностей в дошкольных учебных заведениях. Все дети в возрасте от трех до семи лет должны быть обеспечены качественной подготовкой для дальнейшей учебы в школе. Во-вторых, наши дети должны обучаться в хороших условиях, на современном оборудовании. Качество обучения в каждой — я подчеркну: каждой — школе должно соответствовать государственным стандартам. Кроме того, школьники должны иметь возможности для реализации своих индивидуальных способностей. В-третьих, городские учебные заведения необходимо приспособить для полноценного обучения детей с ограниченными возможностями здоровья. И четвертое — профессиональные училища и городские вузы призваны давать студентам современные знания, востребованные в экономике города (Вестник образования, 30.09. 2011, № 18).* Метаоператор *четвертое* комментирует текст и, выстраивая логическую структуру текста, обязательно употребляется совместно с другими метаоператорами очередности (первое, второе, третье, четвертое).

Для метаоператора *страшное слово* мы привели следующий иллюстративный пример: *В марте всё чаще слышится страшное слово «авитаминоз», на который принято списывать все*

весенние болячки (АИФ, 03.08.2011, № 31). Минуло 70 лет, когда в его жизнь и в жизнь миллионов молодых людей ворвалось **страшное слово «война»!** (Граница России, 23.06.2011, № 24).

5. Характеристика словообразовательной ценности заголовочной единицы с помощью перечисления лексических единиц, по отношению к которым она выступает производящей, а также указания на слово, от которого она образована. Метаоператор *четвертое* представляет собой форму среднего рода единственного числа порядкового числительного *четвертый*, а метаоператор *страшное слово* — атрибутивное словосочетание, состоящее из прилагательного *страшный* и существительного *слово*.

На основе выделенной структуры словарной статьи мы получаем следующие лексикографические описания:

ЧЕТВЕРТОЕ, *порядк. числ., рефл. очеред.* Употребляется при последовательном перечислении чего-либо (чаще всего оснований, целей, составных частей и т. п.) для обозначения и выделения четвертого числа и пункта. ● *Каковы ключевые цели этой программы? Во-первых, это полное удовлетворение потребностей в дошкольных учебных заведениях. Все дети в возрасте от трех до семи лет должны быть обеспечены качественной подготовкой для дальнейшей учебы в школе. Во-вторых, наши дети должны обучаться в хороших условиях, на современном оборудовании. Качество обучения в каждой — я подчеркну: каждой — школе должно соответствовать государственным стандартам. Кроме того, школьники должны иметь возможности для реализации своих индивидуальных способностей. В-третьих, городские учебные заведения необходимо приспособить для полноценного обучения детей с ограниченными возможностями здоровья. И четвертое — профессиональные училища и городские вузы призваны давать студентам современные знания, востребованные в экономике города* (Вестник образования, 30.09. 2011, № 18). *Син. в-четвертых.

// От числ. **четвертый**.

СТРАШНОЕ СЛОВО, *атр. соч.* Употребляется говорящим при комментировании слова, обозначающего явление опасное,

несущее тревогу. ● *В марте всё чаще слышится страшное слово «авитаминоз», на который принято списывать все весенние болячки* (АИФ, 03.08.2011, № 31); *Минуло 70 лет, когда в его жизнь и в жизнь миллионов молодых людей ворвалось страшное слово «война»!* (Граница России, 23.06.2011, № 24). *Син. мы, как СПИДа, боимся этого слова, люди боятся слова, кого не бросает в дрожь от слова, жуткое слово, ужасное слово.

// От прил. **страшный** и сущ. **слово**.

На основе нашего словаря и подобной лексикографической интерпретации можно все метаоператоры поделить на крупные лексико-семантические группы, выявить особенности функционирования метапоказателей в устной и письменной речи, а также зафиксировать на основе употребления метаоператоров формирование новых концептов и отношение к ним общества.

ЛИТЕРАТУРА

Богин Г. И. Рефлексия и интерпретация: принцип потенциальной понятности всякого текста // Вопросы стилистики. — Саратов : Изд-во Саратов. ун-та, 1998. — Вып. 27. — С. 62–68.

Вежбицка А. Метатекст в тексте // Новое в зарубежной лингвистике. Лингвистика текста. — М. : Прогресс, 1978. — Вып. 8. — С. 402–424.

Вепрева И. Т. Что такое рефлексив? Кто он, homo reflectens? // Изв. Урал. гос. ун-та. — 2002. — № 24. — С. 217–228.

Вепрева И. Т. Языковая рефлексия в постсоветскую эпоху. — Екатеринбург : Изд-во Урал. ун-та, 2002. — 380 с.

Кормилицына М. А., Ерастова И. А. Коммуникативно-прагматические функции средств речевой рефлексии в общении // Предложение и слово: Парадигматический, текстовый и коммуникативные аспекты. Саратов : Изд-во Саратов. пед. ин-та, 2000. — С. 252–257.

Ляпон М. В. Смысловая структура сложного предложения и текст: к типологии внутритекстовых отношений. — М. : Наука, 1986. — 200 с.

Николаева Т. М. Качели свободы-несвободы: трагедия или спасение? // Речевые и ментальные стереотипы в синхронии и диахронии / тез. конференции. М. : Академиздатцентр «Наука», 1995.

Норман Б. Ю. Грамматика говорящего: от замысла к высказыванию — СПб. : Изд-во СПб. ун-та, 1994. — 228 с.

Перфильева Н. П. Метатекст в аспекте текстовых категорий : монография. — Новосибирск : Изд-во НГПУ, 2006. — 285 с.

Ростова А. Н. Метатекст как форма экспликации метаязыкового сознания. Томск : Изд-во Том. ун-та, 2000. — 194 с.

Рябцева Н. К. Язык и естественный интеллект. — М. : Academia, 2005. — 640 с.

Шаймиев В. А. Композиционно-синтаксические аспекты функционирования метатекста в тексте // Русский текст. — 1996. — № 4. — С. 80–91.

Шумарина М. Р. Язык в зеркале художественного текста. — М. : Флинта : Наука, 2011. — 328 с.

Ожегов С. И. Толковый словарь русского языка / С. И. Ожегов, Н. Ю. Шведова. — 4-е изд., доп. — М. : Азбуковник, 2000. — 940 с.

Ушаков Д. Н. Толковый словарь русского языка [Электронный ресурс]. URL: <http://dic.academic.ru/contents.nsf/ushakov>

СЛОВАРИ

Морковкин В. В. Объяснительный словарь русского языка: структурные слова: предлоги, союзы, частицы, междометия, вводные слова местоимения, числительные, связочные глаголы / В. В. Морковкин, Н. М. Луцкая, Г. Ф. Богачев. — 2-е изд., испр. — М. : ООО Издательство Астрель, 2003. — 421 с.

Прияткина А. Ф. Словарь служебных слов русского языка / А. Ф. Прияткина, Е. А. Стародумова, Г. Н. Сергеева. — Владивосток : Изд-во Дальневост. ун-та, 2001. — 363 с.

Русская грамматика: в 2 т. Т. 2. — М. : Наука, 1980. — 784 с.

Серебренникова Ю. С.

аспирант кафедры риторики и стилистики русского языка Уральского федерального университета

Графический вкус языковой свободы: к вопросу о статусе феномена неканонической визуализации слова

В течение последних двух десятилетий абсолютную популярность в разных сферах коммуникации — в публицистике, рекламе, художественной литературе, Интернете, городской ономастике — приобрел феномен графического обыгрывания слова, под которым мы понимаем некодифицированное оперирование графического стороной языковой единицы. В качестве примера можно привести логотип газеты «Комсомольская правДА!» с использованием уже ставшего типичным приема выделения прописными буквами утвердительного слова или рекламный слоган внедорожника Тойота RAV4 *nRAVo на выбор*, создатели которого заявляют о расширении возможностей проходимости автомобиля.

Если большая часть работ по графическому обыгрыванию была посвящена особенностям функционирования этих единиц в разных сферах и попыткам создать их типологию, то в последние три-четыре года исследования стали носить резюмирующий характер и напрямую обращаться к вопросу о языковом статусе данных единиц. Цель нашей статьи — провести обзор и сравнительный анализ имеющихся точек зрения на статус графического обыгрывания слова, определив, что скрывается за высокопродуктивным явлением, демонстрирующим креативные возможности языковой системы.

Бесспорным является нацеленность нестандартного графического оформления слова на привлечение внимания адресата (что особенно актуально для сферы коммерческой коммуникации). Также стоит сказать о реализации эмоционально-эстетической функции, призванной доставить интеллектуально-эмоциональное и эстетическое удовольствие от игры со словом и разгадывания

вербальных головоломок (в терминологии Е. А. Земской — функция балагурства). Выделение компрессивной функции, обеспечивающей сжатие информации и соответственно расширение семантической структуры обыгрываемого слова при его декодировании, послужило основанием для существенного расхождения в интерпретации статуса данного феномена. Суть этого расхождения состоит в признании / непризнании исследователями факта модификации значения слова, сопровождающего модификацию формы.

Можно выделить три варианта модификации семантики графически маркированного слова: 1) нулевая модификация, или отсутствие каких-либо изменений в семантике слова; 2) появление нового лексического значения; 3) расширение семантической структуры узуального слова за счет коннотативных приращений.

Представленные варианты семантической модификации графиксемы позволяют нам выявить существующие на сегодняшний день подходы к интерпретации статуса графического обыгрывания. Во-первых, стилистический подход, соответствующий третьему типу модификации семантики, во-вторых, словообразовательный подход, соответствующий второму типу, в-третьих, морфолого-графический подход, соответствующий первому типу, отрицающий модификацию значения при обыгрывании графической формы слова.

Подходы названы в таком порядке не случайно. Именно с рассмотрения данного феномена как результата языковой игры с графической стороной слова началось его изучение в лингвистике. Термин *графическая игра* получил широкое распространение благодаря работам таких исследователей, как С. В. Ильясова [2009], В. И. Максимов [2003], С. И. Сметанина [2002], Л. Цонева [2005]. Сами же единицы, возникающие в результате графической игры, получили разные номинации в зависимости от выдвигаемого исследователем на первый план того или функционального признака.

Считается, что первое непосредственное упоминание примеров графической игры в лингвистических исследованиях было сделано В. Г. Костомаровым в его работе 1971 года «Русский язык

на газетной полосе». Говоря о происходящих в публицистическом стиле коренных изменениях в сторону раскрепощения языка и, в частности, стремления журналиста к наиболее экспрессивной подаче информации, В. Г. Костомаров относит к источникам экспрессии и *графические каламбуры* [Костомаров 1971: 175], отмечая тем самым особенность механизма графического обыгрывания (обыгрывание сходства в звучании слов).

В рамках исследований художественных текстов статус данного явления определен достаточно однозначно: *графон* — «фигура речи, представляющая собой стилистически значимое отклонение от графического стандарта и/или орфографической нормы» [Сквородников 2002: 205].

Большую известность применительно к рассматриваемому явлению получил термин *графические окказионализмы*, предложенный Б. В. Кривенко на основе анализа газетной речи как одного из «новых явлений в создании окказиональных слов» [Кривенко 1994: 123]. Данный термин будет использовать также Е. В. Клобуков, делая акцент на соответствующих данным единицам окказиональных признаках: ненормативности окказионального слова, функциональной одноразовости, экспрессивности. На основании критерия сохранения формального объема базового слова при графическом выделении внутри него встроенного, а также закреплённости бытования графических окказионализмов за письменной формой существования языка (на слух невозможно отличить графический окказионализм от производящего базового слова) Е. В. Клобуков делает вывод о появлении нового способа словообразования окказионализмов, который обозначает термином *графическая инкорпорация* и относит к числу окказиональных способов сложения [Клобуков 2001: 355–357].

Ясно, что в случае с термином *графические окказионализмы* нельзя говорить только о стилистическом подходе к исследуемому явлению, хотя экспрессивность этих единиц и нацеленность на дешифровку реципиентом вносимого в семантику узуального слова оценочного компонента, очевидно, первостепенна. Однако большинство исследователей пошли дальше, доказывая

существенную модификацию семантики обыгрываемых слов их способностью функционировать в качестве аналога словосочетания, тем самым утверждая словообразовательный статус данных единиц и фиксируя появление нового способа словообразования.

Так, выделяя способы словообразования по отнесенности словообразовательного оператора к определенному уровню языка, В. П. Изотов называет и графические способы, или *графическое словообразование*. Способ словообразования, при котором в качестве словообразовательного оператора выступают графические средства (графические выделения, знаки препинания и др.), исследователь предлагает называть термином *графикация* (единица — *графиксат*) [Изотов 1998: 76]. Идею выделения графикации в отдельный способ деривации поддерживает Т. В. Попова, давая данному феномену более точное название с точки зрения его словообразовательной сущности — *графодеривация* (единица — *графодериват*) [Попова 2010: 241]. В качестве новых словообразовательных формантов (понимаемых как формально-структурные различия между производной и производящей базой) выделяются пунктуационные знаки, шрифтовое и регистровое выделение части производящего слова, иноязычные морфемно-словесные элементы, оформленные латинской графикой, и инокодовые (небуквенные) графические средства [Попова 2007: 207]. Стоит также отметить, что типологии графических окказионализмов с учётом словообразовательного оператора предлагаются и многими другими исследователями данного феномена [См.: Ильясова 2009; Беданоква 2009; Денисова 2010].

Хочется отметить, что, предлагая интерпретацию того или иного графодеривата (как нам кажется, скорее интуитивно), авторы не доказывают последовательно, как терминологически зафиксировать степень модификации значения: либо речь идет о коннотативных приращениях лексического значения обыгрываемого слова, либо можно однозначно говорить о появлении нового лексического значения, а следовательно, новой лексической единицы.

Подобная неопределенность в интерпретации лексического значения графодериватов подталкивает исследователей

к отрицанию деривационного потенциала графодеривации и рассмотрению данного феномена как результата формального варьирования слова. Так, в работах В. Н. Немченко и Г. А. Ивановой предлагается термин *графические варианты слов*: «Графические (в узком понимании) варианты представляют собой модификации слов, связанные с графическим начертанием последних при помощи письменных систем разных языков, шрифтовых выделений и других — небуквенных — графических средств (дефиса, знака ударения, кавычек, апострофа и т. д.)» [Иванова 2010: 107]. Аргументами автора в защиту вариантного статуса исследуемого феномена являются особенности функционирования графических вариантов (лишь в сфере письменной речи), отсутствие трансформации семантической стороны слова в связи с выполнением ими лишь прагматических функций.

Нужно признать, что данная интерпретация языкового статуса актуальна в случае с выделением в составе базового слова буквы, например, название салона красоты «*АльтернативА*», или замены буквы инокодовым элементом (*КиберПочт@* — название почтового отделения), латиницей (*Земфира* — творческий псевдоним певицы), т. е. семантически незначимым сегментом. Такие примеры чаще всего встречаются в названиях городских объектов и для номинации самых разных объектов книжно-издательской сферы. Такая модификация формы слова связана с реализацией сигнально-апеллятивной функции и не влияет на модификацию значения. Э. С. Денисова называет подобные случаи включения графем в структуру слова без внесения дополнительной смысловой нагрузки *графическими (визуальными) плеоназмами*, делая акцент на процессе дублирования визуальной и словесной информации в слове [Денисова 2010: 509].

Однако что касается примеров вычленения части слова или слова, вступающих в смысловое взаимодействие с базовым, та или иная степень трансформации значения, безусловно, осуществляется. В частности, под прагматическими функциями графических вариантов слов Г. А. Иванова подразумевает достижение определённого стилистического эффекта, что не препятствует, на наш

взгляд, их отнесению к сфере словообразования в связи с традиционным выделением стилистически модификационного словообразования [Земская 2004]. Эти случаи не соответствуют сущности вариантности слов, заключающейся в видоизменении внешней стороны слова, не затрагивающей его внутренней стороны, лексического значения слова [Ахманова 1957: 152-153].

В пользу отнесенности исследуемого явления к сфере словопроизводства в целом говорит почти повсеместное признание за данным явлением статуса окказиональных производных слова. К ранее упомянутому термину *графические окказионализмы* добавим определение Е. В. Мариновой *визуальные неологизмы*, указывающего на то, что новизна таких единиц состоит в их написании, не затрагивающем звукового облика слова (такие неологизмы воспринимаются только «на глаз», визуально, произносятся по-старому) [Маринова 2005: 127]. Следуя подобному же стремлению указать на визуальную маркированность речевой единицы, А. В. Страмной, анализируя неологизмы в газетном тексте, в качестве разновидности лексической окказиональности с точки зрения канала восприятия называет *графические окказионализмы*: «Новизна графических окказионализмов наиболее легко доказуема, так как визуальное восприятие выступает в качестве основополагающего фактора семантизации слова» [Страмной 2007: 9].

Еще одним примером того, что разнообразие и неоднотипность примеров графически обыгрываемых слов заставляет исследователей искать новые пути и основания для их классификации, определения самого статуса языкового явления, является попытка разграничить виды графической игры в зависимости от типа используемого графического средства, нарушающего привычный облик слова. Наиболее частотным приемом образования графических окказионализмов признается *капитализация* — выделение сегмента слова прописными буквами, см.: [Нефляшева 1999; Беда-нокова 2009; Ильясова 2009].

Следующим по степени продуктивности приемом графической игры является сочетание латиницы и кириллицы. Т. В. Поповой был предложен термин *графогибридизация*, применение

которого возможно не только относительно использования латиницы: под графогибридизацией понимается «оформление новообразований с помощью графических средств разных языков» [Попова 2007: 231]. В этом случае возникают споры лингвистов по поводу правомерности подобного нарушения нормы. В результате выделяется еще один аспект анализа графических окказионализмов — ортологический.

Традиционно точки зрения делятся на «пуристическую» и «либеральную». Так, например, В. И. Максимов, резко отрицательно оценивая использование чужого алфавита в родном языке, говорит о «варваризации» языка через латиницу [Максимов 2003: 66-67]. Большинство исследователей всё же признает воздействующий потенциал игр с двуалфавитностью написания при условии их уместного использования [Земская 2004; Маринова 2005; Ильясова 2009; Шмелёва 2007; Фещенко 2002]. Например, Е. О. Филинкова выделяет два основания для выделения латиницей какого-либо фрагмента слова в сфере рекламы. Во-первых, стремление повторить название рекламируемого товара, причем в составе слов, имеющих ярко выраженную «положительную» семантику («ИСКРЕННЕЕ ТЕЛЕВИДЕНИЕ» — реклама телеканала RenTV). Во-вторых, желание обозначить свойства объекта уже в его названии через ассоциации, возникающие при восприятии русского и английского слов (пиво «Клинское REDKOE») [Филинкова 2004: 14]. Достаточно распространенное выделение иноязычий-букв оценивается исследователями лишь как стремление следовать языковой моде на американизацию, является показателем «гламурности» [Кронгауз 2007: 136], не привлекая при этом никаких дополнительных значений (*Зажигалка* — название бара, *ФАСОН* — магазин одежды, *АТМОСФЕРА* — ночной клуб).

Между тем примеры подобного рода (выделение латиницей одной буквы) в силу своей нестандартной графической формы также попадают в число графодериватов [Попова 2010: 242]. В этом случае более оправданным кажется мнение Э. С. Денисовой о том, что отсутствие дополнительной смысловой нагрузки при включении графемы в структуру узуального слова является

основанием для того, чтобы не относить подобные примеры к графической деривации [Денисова 2010: 509]. Это также касается небуквенного приема графической игры, названного Т. В. Поповой термином *кодографиксация*, под которым понимается использование средств разных кодовых систем (цифры, символы). Ранее мы уже упоминали о подобных случаях, используя термин *графические плеоназмы*.

Помимо капитализации, графогибридизации и кодографиксации выделяется также ряд менее частотных приёмов графической игры, основанных на использовании потенциала средств синграфимики* (*дефиксация, квотация, парентезис, полипунктуализация, апострофизация, экскламация, голофразис*) и супраграфимики (*колоризация**, курсивизация****). Такое разнообразие приемов, безусловно, осложняет однозначное определение статуса полученных единиц, так как требует прежде анализа каждого приема в отдельности, что помогает обнаружить не только некоторые закономерности, но и множество исключений.

Подведем итоги сказанному. Активизация использования графических средств языка в прагматических целях в публицистических, рекламных и художественных текстах поставила перед лингвистами ряд проблем. В широком смысле это связано с расширением круга изучаемых явлений, обусловленного новыми процессами в развитии речевой коммуникации, ее визуализацией

* Т. В. Попова дала название каждому приему графической игры в зависимости от нестандартно используемого средства синграфимики, т. е. пунктуационного знака. Так, *дефиксация* — это разбиение слова дефисами на части или слоги с приданием ему другого значения; *парентезис* — оперирование знаком скобок; *квотация* — знаком кавычек; *полипунктуализация* — знаком многоточие; *апострофизация* — знаком апострофа; *экскламация* — использование восклицательного знака для разбиения узального слова на две и более лексемы, обладающие прагматической значимостью; *голофразис* — написание сочетания слов без пробелов [Попова 2007: 206–207].

** Под термином *колоризация*, предложенным З. К. Бедановой, понимается игра с цветом шрифта [Беданова 2009: 68].

*** Под термином *курсивизация*, введенным Т. В. Поповой, понимается «выделение курсивом одной из частей слова, которая совпадает с реально существующим словом» [Попова 2007: 207].

в целом за счет повышения значимости невербальных средств общения, исследованием взаимодействия языковых и неязыковых средств. В более узком понимании перед лингвистами встал вопрос о невозможности однозначного определения языкового статуса графической трансформации слова.

С опорой на семантику графиксемы мы систематизировали имеющиеся точки зрения на языковой статус исследуемого явления и получили три варианта:

1) при значительной модификации семантики обыгрываемого слова правомерно говорить о статусе окказионального производного слова — в терминологическом обозначении: *графиксат, графодериват, графический окказионализм* — и относить эту единицу к сфере деривации, выделяя новый окказиональный способ словообразования (терминологический ряд номинаций — *графиксация, графодеривация, графическая инкорпорация*);

2) при расширении семантики слова за счёт коннотативных приращений уместно утверждать статус стилистического приёма (терминологический ряд в лингвистике представлен как *графический каламбур, графон, графическая игра*);

3) при отсутствии модификации семантики обыгрываемого слова речь идет о статусе вариантной единицы и ее принадлежности к сфере формального варьирования слова (*графический вариант слова, графический плеоназм*).

Между тем главной проблемой остается поиск объективных критериев степени трансформации значения обыгрываемого слова, которые бы позволили обоснованно присваивать тому или иному случаю графического обыгрывания определённый языковой статус.

ЛИТЕРАТУРА

Ахманова О. С. Очерки по общей и русской лексикологии. М.: Учпедгиз, 1957. — 295 с.

Беданова З. К. Графическая игра в современной российской рекламе с позиции прагматики // Вестн. Пятигорск. гос. лингв. ун-та. Пятигорск : ПГЛУ, 2009. № 3. — С. 64–69.

Денисова Э. С. Активные словообразовательные процессы в языке современных СМИ // Вестн. Нижегород. ун-та им. Н. И. Лобачевского. Нижний Новгород : ННГУ, 2010. № 4 (2). — С. 507–510.

Земская Е. А. Язык как деятельность. М. : Языки славянской культуры, 2004. — 688 с.

Иванова Г. А. Графические окказионализмы в современном русском языке (К постановке проблемы) // II Междунар. конф. «Русский язык и литература в международном образовательном пространстве: современное состояние и перспективы»: К 55-летию преподавания русского языка в Испании. Т. 1. Доклады и сообщения / под ред. Рафаэля Гусмана Тирадо, Л. Соколовой, И. Вотяковой. — Гранада, 2010. — С. 106–109.

Изотов В. П. Параметры описания системы способов русского словообразования. Орел : ОГУ, 1998. — 149 с.

Ильясова С. В. Языковая игра в коммуникативном пространстве СМИ и рекламы / С. В. Ильясова, Л. П. Амири. — М. : Флинта, 2009. — 296 с.

Клобуков Е. В. Строчная или прописная? // Языковая система и ее развитие во времени и пространстве : сб. науч. ст. к 80-летию проф. К. В. Горшковой. М. : МГУ, 2001. — С. 347–362.

Костомаров В. Г. Русский язык на газетной полосе. М. : МГУ, 1971. — 175 с.

Кривенко Б. В. Из жизни окказионализмов // Русская речь. 1994. № 3. — С. 122–124.

Кронгауз М. Русский язык на грани нервного срыва. М. : Знак : Языки славянских культур, 2007. — 232 с.

Максимов В. И. Графические игры // Русская речь. — 2003. № 5. — С. 66–68.

Маринова Е. В. Визуальные неологизмы: новая графика «старых» слов // Вестн. Нижегород. ун-та им. Н. И. Лобачевского. Сер. «Филология». Вып. 1 (6). Н. Новгород, 2005. — С. 127–132.

Нефляшева И. А. Окказионализмы как реализация словообразовательных возможностей // Филологический вестник. Майкоп : АГУ, 1999. № 1. — С. 97–108.

Попова Т. В. Новое в русском словообразовании конца XX — начала XXI в. / Материалы XI конгресса МАПРЯЛ «Мир русского слова и русское слово в мире». — София, 2007. — С. 206–208.

Попова Т. В., Храмушина Ж. А. Графодериваты как средство современной письменной коммуникации (на материале русского языка) // II Междунар. конф. «Русский язык и литература в международном

образовательном пространстве: современное состояние и перспективы»: К 55-летию преподавания русского языка в Испании. Т. 1. Доклады и сообщения / под ред. Рафаэля Гусмана Тирадо, Л. Соколовой, И. Вотяковой. — Гранада, 2010. — С. 240–244.

Сковородников А. П. Графон // Выразительные средства русского языка и речевые ошибки и недочеты : энциклопед. словарь-справочник / под ред. А. П. Сковородникова. М. : Флинта : Наука, 2005. — С. 106–108.

Сметанина С. И. Медиа-текст в системе культуры (динамические процессы в языке и стиле журналистики конца XX в.). СПб. : издательство Михайлова В. А., 2002. — 384 с.

Страмной А. В. Газетный текст как источник неологизмов (на материале русской и французской прессы) : автореф. дис. ... канд. филол. наук. Волгоград, 2007. — 22 с.

Фещенко Л. Г. Приемы графической трансформации рекламного текста // Вестн. Санкт-Петерб. ун-та. Сер. 2. История, языкознание, литературоведение. Вып. 4 (№ 26). СПб. : СПбГУ, 2002. — С. 116–119.

Филинкова Е. О. Графико-орфографическое иноязычие в контексте полизнаковости русского письма постсоветского периода : автореф. дис. ... канд. филол. наук. Барнаул, 2004. — 14 с.

Цонева Л. Современная русская публицистика и языковая игра // Stylistyka XIV. Opole: Uniwersytet Opolski; Instytut Filologii Polskiej, 2005. — С. 507–519.

Шмелёва Т. В. «Два в одном» // Антропотекст-1. Кемерово : КГУ, 2007. — С. 77–92.

Тематические группы новейших заимствований в текстах городской рекламы*

Екатеринбург — стремительно развивающийся индустриальный город, крупный культурный центр. Это место концентрации многопрофильной, разноаспектной информации, размещенной на рекламных стендах, растяжках, видеоэкранах, бегущей строке, листовках. Вербальные средства в текстах рекламы и СМИ, которые и формируют языковую картину города, требуют использования специальных пластов лексики, наиболее эффективно воздействующих на потенциального потребителя. Сегодня одним из основных инструментов влияния становятся новейшие заимствования. Они своим внешним видом, своей не вполне ясной семантикой способны воздействовать на «массовое сознание» горожан.

Новейшие заимствования, вкрапления и экзотизмы появляются в языке города для привлечения внимания к той или иной продукции. Функция воздействия признается основной для языка рекламы, и иноязычные слова являются тем средством, которое способно завлечь покупателя.

Традиционно под «новейшими заимствованиями» понимаются иноязычные слова, вошедшие в язык с конца 80-х — начала 90-х годов XX века. Мы понимаем новейшие заимствования более широко и включаем в свой материал все иностранные слова, используемые в современных текстах. Многие из этих единиц не получили отражения в толковых словарях, то есть они находятся на первых этапах освоения: сохраняют исконную орфографическую и грамматическую форму или транслитерируются,

* Работа выполнена при финансовой поддержке государства в лице Минобрнауки РФ (грант 2012-1.5-12-000-3004-002 «Многоречие в социокультурном пространстве современной России»).

транскрибируются и тем самым оказываются непривычными для носителей русского языка.

Источником языкового материала служат тексты влияния (Н. А. Купина), в частности коммерческая реклама — внешняя реклама (рекламные щиты, вывески, плакаты, надписи на магазинах, рекламные буклеты) и внутренняя реклама города Екатеринбурга. Мы не брали искусственные номинации городских объектов, представляющие собой названия фирм, компаний, брендов и т. п., так как свой чужеземный облик они сохраняют, подчиняясь законам экономическим, законам рынка, а не законам принимающего языка.

Рекламную речь отличает информационно-воздействующий характер, поскольку ее цель — создать благоприятный образ об объекте, привлечь и поддержать внимание к нему массовой аудитории. Цель достигается по-разному: аудитории сообщается информация о полезных свойствах рекламируемого объекта (расширяется смысловое поле реципиента), у нее создаются благоприятные представления о рекламируемом объекте (формируется его положительная оценка), наконец, получатель выстраивает поведение необходимым для рекламодателя образом (голосует, покупает и т. д.) [Кожина 2008: 288-389].

Целевая аудитория — наиболее важная категория рекламного дискурса. [Современный медиатекст 2011: 327]. Использование в рекламе новейших заимствований нацелено в основном на молодую аудиторию, которая в большей степени ориентирована на Запад, открыта миру, лучше знает иностранные языки.

В современном обществе потребления число товаров и услуг растет ежедневно, поэтому рекламные тексты включают множество номинаций и постоянно обновляются. Цель нашего исследования — тематическая классификация новейших заимствований в текстах городской рекламы.

При классификации мы учитывали идеографические модели описания лексики, предложенные в Русском семантическом словаре [1998], Большом толковом словаре русских глаголов [2007] и Большом толковом словаре русских существительных [2005],

но особый характер материала (коммерческая реклама) потребовал иного типологического основания. Поскольку коммерческая реклама — это информация о товарах и услугах, то на первом этапе именно эти классы были взяты за основу классификации. Дальнейшее деление на группы осуществлялось с учетом сфер жизни современного человека и конкретных разновидностей товаров. Группы представлены в описании по принципу частотности.

Блок I. Услуги

1. Питание

Данный класс представлен наибольшим количеством слов из самых разных языков, что обусловлено экстралингвистическими причинами: на рынок поставляются продукты иностранных кухонь, появляются специализированные кафе и рестораны, создаются соответствующие рекламы, с помощью которых новые слова постепенно входят в лексический запас современных уральцев.

Например, в рекламном буклете бара «Grizzly Bar» (магазин «Алатырь») представлены следующие единицы: *Steaks & Burgers*. *Выбери свой лучший бургер; cheddar & bacon; блю чизбургер; italian turkey; лайт бургер; рашен бургер; гризли бургер*.

Здесь представлена популярная американская еда, прочно вошедшая в русское меню. Слова *бургер, чизбургер* являются, с нашей точки зрения, полноценными новейшими заимствованиями. Добавление к ним иноязычных вкраплений *блю, лайт, рашен* сохраняет и поддерживает их экзотичность.

Современная мода на первый план выводит продукты эксклюзивные, редкие, утонченные. В связи с этим в уральском городе часто встречаются рекламы итальянской кухни, включающей множество итальянских экзотизмов — названий специфических итальянских блюд: *Свежая выпечка, панини, рапы* (рекламный буклет магазина «Купец в Гринвиче»).

Также актуальными становятся сейчас испанские экзотизмы: *Рецепт Фахитас Delicados. Тортилья подогреть и завернуть в них мясо с овощами. Подавать с сальсой, гуакамоле и сметаной* (рекламный буклет магазина «Купец в Гринвиче»).

Гораздо более редкое явление — заимствование из португальского языка: в стране популярны «фейжоада» (*ассорти из черной фасоли, мяса, овощей, муки и специй*), *густое пюре «туту» из фасоли и мяса, маринованная и обжаренная печень «саранател» с соусами, вяленое на солнце мясо «карне-ду-сол»* (Журнал «I.D.E.A», 11 ноября 2011, с. 78). Для данных слов представляется затруднительным найти не только русскоязычные соответствия, но и дословные переводы. Эти слова и блюда, которые они называют, представляют собой полноценные экзотизмы, модные в современном российском обществе.

Во многих случаях иноязычные вкрапления сугубо отдают дань моде на использование латиницы или в целом иноязычий: *FRESH ORANGE* (Карнавал, кафе «Juice master»); *NATURAL JUICE* (Карнавал, кафе «Juice master»); *SMOOTHIES* *коктейль из ягод и фруктов, взбитых со свежееотжатым соком*. (Карнавал, кафе «Juice master»). Подобная тенденция отмечается и другими исследователями [см.: Китайгородская, Розанова 2003; Иссерс 2002].

Постепенно входят и укореняются в русском языке итальянские экзотизмы, называющие кофейные напитки: *Espresso, Cappuccino, Latte Macchiato, Moccacino, café au lait* (Ленина, 51 — УрФУ, автомат Nescafe). Эти слова заимствуются вместе с реалией, за исключением последнего слова из французского языка, которое, возможно, вписывается в общий контекст латиницы и создает «соблазнительный образ». Не случайно на этой же рекламе присутствует следующий призыв: *Indulge yourself* (англ. «побалуйте себя»). В целом, уровень освоенности представленных слов достаточно высок, поэтому нередко в разных меню города они встречаются и в кириллической графике.

Представленная группа интересна с точки зрения выбора кириллического или латинского написания. Слова простые и понятные, типа *JUICE, Cappuccino, Burgers* легко прочитываются в латинской графике, поэтому она часто используется в прагматических и декоративных целях. В то время как слова редкие, называющие экзотические продукты и блюда: *фейжоада, саранател*,

гуакамоле, —передаются только кириллицей, иначе они не будут прочтены и восприняты русским потребителем рекламы.

2. Развлечения

1) Праздники:

вход в **Halloween** костюме (Вайнера, реклама «Therapy Sessions». TELE CLUB); **Happy Birthday*** *с днем рождения (Кирова, реклама кафе «Bamboo»); **Valentine's Day**. Настоящие love story рассказывают Dj Song & DJ Melba (Кирова, реклама кафе «Bamboo»).

Эта группа представлена исключительно вкраплениями из английского языка. Можно назвать следующие причины использования в представленных рекламах иностранных слов: 1) иноязычный облик придает этим праздникам и мероприятиям, в честь них проходящим, европейский статус; 2) эти праздники в нашей стране еще не получили повсеместного распространения, и сами существуют, можно сказать, на уровне вкраплений, для которых не требуется освоенная русским языком форма. Исключение, пожалуй, составляет *Valentine's Day*, который имеет в русском языке уже переведенный аналог — День Святого Валентина; 3) возможно, использование вкрапления связано с трудностью выбора варианта написания на русском языке, как это происходит в случае с *Halloween*. Встречаются транскрибированный и транслитерированный варианты данного слова, но они оба выглядят одинаково неудачно, тем более что произношение и в самом языке-источнике варьируется.

Эта группа слов демонстрирует значимый для современного русского общества процесс — внедрение в русскую жизнь новых праздников или переосмысление традиций проведения уже имеющихся.

2) Мероприятия:

Oktoberfest 2011 (Театральный переулок 2, ресторан «RatsKeller»); **SUMMER MOJITO FESTIVAL**. (Кирова, реклама кафе «Bamboo»); **Latin Friday!** (Кирова, реклама кафе «Bamboo»); **Pre-party** (Кирова, реклама кафе «Bamboo»); в ТРЦ «Алатырь» ночной **шопинг** (рекламный буклет магазина «Алатырь»).

Употребление в этой подгруппе иноязычных слов во многом совпадает с использованием вкраплений в предыдущей подгруппе, но также добавляется «престижная» функция [Большакова 2008: 15], или, по терминологии И. Т. Вепревой, «модный знаковый спрос» [Вепрева 2006: 116]. Именно благодаря этой функции, по нашему мнению, в русский язык вошло и прижилось новейшее заимствование *шопинг*. Современная актуализация потребительского начала в обществе приводит к тому, что хождение по магазинам становится особым увеселительным времяпрепровождением.

Современный процесс заимствования достаточно активно проходит в связи с появлением большого количества новых видов танцев: **Hip-Hop; LA-style; «FLY girls»: R'n'B, Go-Go dance, Ragga jam; Popping; House; Break Dance** (Вайнера, реклама танцевальной студии «FLY»).

Представленные единицы появились не одновременно и имеют разную степень освоенности. Так, например, *Hip-Hop, R'n'B, Break Dance* появились раньше других, и среднестатистический горожанин приблизительно представляет себе особенности каждого танца, поэтому данные названия нередко можно встретить и в кириллическом написании. Остальные танцы появились сравнительно недавно, еще только осваиваются, как осваиваются вместе с ними и их наименования.

3. Отдых

Restaurant (Малышева 36, ресторан «Sunday»); **café & sushi-bar**** **кафе и суши-бар (Крауля, реклама кафе «Bamboo»); **Cabaret** (Малышева, реклама кабаре «Show Girls»; Хохрякова, реклама кабаре «Show Girls»); **Финские сауны и хамам** (рекламный буклет магазина «Алатырь», фитнес-клуб «Extreme»).

В русском языке для большинства этих слов уже есть заимствованные аналоги, латинская графика призвана привлечь внимание и повышать качество заведения в сознании потенциального клиента, при этом английский язык не затрудняет восприятие рекламы. Наибольший интерес в этой подгруппе представляет арабское слово *хамам*, которое в русском языке не имеет точного эквивалента и бытует в качестве экзотизма. *Хамам* — это не просто

ванна или баня, это турецкая ванна или баня, то есть слово заимствуется вместе с явлением. В то же время в рекламе уральского города встречается и описательное наименование — турецкая баня. Явление параллельной номинации: *хамам* и *турецкая баня*, *sushi-bar* и *суши-бар*, вероятно, отвечает целям и задачам рекламодателя: вкрапления делают акцент на экзотичности предоставляемой услуги.

Hotel. Гостиница «Таганская» (Техническая 19); **Твинсы.** Таунхаусы. Квартиры (реклама в журнале «Деловой квартал № 17», Екатеринбург, 16.05.2011, с. 51).

В рекламе помещений выделяется две причины использования иноязычий. В первом случае обратный перевод для иностранных гостей города, слова здесь используются на интернациональном языке — английском, во втором — заимствование слова вместе с самой иностранной реальностью.

4. Медицина

В современном российском обществе наблюдается повышенный интерес к косметологии, пластической или коррекционной хирургии, а также к расслабляющим, успокаивающим методикам оздоровления организма. Эту тенденцию определяют запросы современного человека: стремление к «красивой жизни», большое количество стрессовых ситуаций, а также собственно экономический фактор — прибыльность соответствующих отраслей. Очевидно, что вся технология и методология приходит к нам с Запада, в редких случаях из восточной медицины, а вместе с ними заимствуются соответствующие номинации: *ультразвуковая кавитация* *самой проблемной зоны бедер* (Журнал «I.D.E.A», 11 ноября 2011, с. 60); *корейское иглоукалывание* — «*су-чжжок*» (Журнал «I.D.E.A», 11 ноября 2011, с.69); **SPA** — *путешествие в Таиланд на 2 часа* (рекламный буклет магазина «Алатырь»).

Мало кто знает, какая процедура скрывается за тем или иным иностранным словом, оно само уже как будто является гарантией качества. В связи с этим иноязычные слова в текстах рекламы медицинских услуг своей неизвестностью и непонятностью часто

прикрывают истинную сущность явлений, а своим внешним обликом призваны привлекать потенциальных клиентов.

Блок II. Товары

Современный российский рынок изобилует огромным количеством разнообразных товаров, импортируемых из других стран или произведенных в России, но ориентированных при этом на мировые образцы. Направленность на европейскую и американскую моду диктует привнесение большого количества иностранной лексики, которая призвана приобщать товары российского, в нашем случае екатеринбургского, рынка к всемирным стандартам, к запросам потребителей именно иностранной продукции.

Мы выделяем две крупные группы в этом блоке: собственно товары и магазины. В первой группе обозначена лексика, называющая различные виды товаров и их характеристики. Во вторую группу мы вынесли иноязычные слова, так или иначе относящиеся к магазину: названия самих магазинов, слова с магазинных вывесок.

1. Собственно товары

1) Одежда:

В данной группе более всего представлены иноязычные вкрапления, обозначающие коллекции одежды.

Информация о новой коллекции, о смене сезонной коллекции значится почти на каждой витрине: ***new collection*** (Вайнера, реклама магазина «Paul & Shark»); ***Jeans collection*** (Малышева 12а, магазин «Джентри DE LUXE»); ***Night collection*** (Карнавал, магазин «Love Republic»). Все слова и словосочетания этой группы на английском языке и подаются в латинской графике, несмотря на то что они имеют в русском языке полноценные аналоги, которые иногда также встречаются в надписях в качестве уточнения. Очевидно, что функция подобных вывесок — исключительно обратить на себя внимание покупателя, пропагандировать ценности западного мира.

Есть примеры обозначения моды в стиле одежды: *Italian fashion* (Карнавал, магазин «flo & jo»); *hip-hop style* мода улиц (Карнавал, магазин «kix»).

Также появляются иноязычные вкрапления и новейшие заимствования из английского языка, обозначающие предметы обуви: *The sneaker revolution!* (Вайнера 15, реклама магазина «UPPER»); *На тузах романтика с большой дороги — пыль разных городов, в его кармане — атлас мира.* (Журнал «I.D.E.A», 11 ноября 2011, с. 46). У слова *тузы* путь заимствования имеет особенности. Оно первоначально вошло в молодежный жаргон, было грамматически освоено в сленге и как склоняемая лексема стало использоваться в рекламных текстах.

2) Строительные материалы:

Лексика данной подгруппы представляет собой по большей части специальные наименования, однако широкое использование современных материалов делают ее востребованной и среди специалистов: *Черный лак, глянцевый, черный триплекс.* (Журнал «I.D.E.A», 11 ноября 2011, с. 34) (лат. triplex «тройной»); *бевели, деколи, скинали* (журнал «Мебель & Интерьер», реклама магазина «Технология фасада», с. 63).

3) Техника:

Процесс компьютеризации значительно пополнил словарь русского языка англицизмами, а постоянное появление в современной жизни новых гаджетов продолжает привносить новую лексику: *смартфон обладает уникальным Swipe-интерфейсом.* (Журнал «I.D.E.A», 11 ноября 2011, с. 74).

2. Магазины

Наиболее частотным в этой группе является исконно французское слово «бутик»: *la boutique de vin* (Хохрякова 43, магазин «Le Terroir»), нередко встречающееся и на английском языке: *jewellery boutique* (Ленина 10, магазин «Sarat»).

Засилье в городе «бутиков» со стилизованными под иностранные названия преследует цель хотя бы на уровне подсознательного и/или эмоционального желания приобщить потенциального покупателя к европейской цивилизации.

Появление многочисленных *fashion mall* (Малышева, реклама магазина «Corteo»); *streetwear store* (Вайнера 15, магазин «UPPER»); *Fashion center* (Воеводина 8, магазин «Limerance»); *luxury shop* (Вайнера, реклама магазина «Barviha») и т. д. призвано поднять уровень предприятия в глазах потребителя, сделать его причастным к западному миру.

Об этой активной латинизации языка уральского города не без иронии говорит С. Л. Кропотов: «К моделированию состояний «всеобщего счастья», предустановленной гармонии относится и культура праздников и карнавалов, торжественных шествий, церемоний, балов, цирковых представлений и, в том числе, новейшие сакрально-театрализованные пространства торговых моллов. В них субъект гиперреальности, приобщенный к опыту «ускорения, часто с оттенками избытка» (Э. Соджа), обретает искомое благо в городах удовольствий постиндустриальной эпохи, ту землю обетованную, которую раньше представляли собой заводы и колхозы, и здесь он отмечен знаками признания и «родительской» заботы со стороны менеджеров по продажам и продавцов-консультантов. Здесь он включен в квазисакральный мир, поскольку участвует в шопинге как грандиозном жертвоприношении» [Кропотов 2009: 64].

Особое место занимает одна из самых популярных в языке рекламы единиц — «распродажа». Каким только образом рекламодатели и рекламопроизводители не пытаются выделить это явление: 1) модное слово *sale* и *сейл* в кириллической графике: *Sale* (Карнавал, магазин «MARMALATO»); *До нового сейла еще далеко.* (Журнал «I.D.E.A», 11 ноября 2011, с. 74); 2) употребление данного слова на разных языках: *Saldi, Sale, Soldes, Koopjes, Rebajas, Распродажа, Rebaixes, Saldos* (Карнавал, магазин «Geox») — (итал.; англ.; франц.; голланд.; испан.; каталанский; нем.); 3) графическое выделение с помощью шрифтов, цветов, рисунков и пр.

Популярной единицей в языке уральского города является иноязычное вкрапление *new*: *new! соболь new!* (Малышева 28, магазин «Акрополь»); *NEW!!! МАНИКЮР NEW!!!* (Карнавал, студия загара «SUNKISS»). Эта лексема, по нашему мнению, служит

современным символом, привлекающим к себе всех любителей ходить по магазинам, пробовать что-то новое, быть модным, стильным, современным. Лексема короткая, яркая, броская, поэтому она легко выполняет эту функцию.

Таким образом, современная реклама уральского города активно использует иностранную лексику из разных языков. Наиболее восприимчивыми к заимствованиям оказываются сферы питания, развлечения и отдыха, спорта, искусства, медицины и вещного мира. Данная тенденция отмечается и Е. В. Мариновой в монографии «Иноязычные слова в русской речи конца XX — начала XXI в.: проблемы освоения и функционирования» [2008].

ЛИТЕРАТУРА

Большакова Т. И. Иноязычные вкрапления в художественных произведениях В. П. Аксенова : автореф. дис. ... канд. филол. наук / Т. И. Большакова ; Воронежский ун-т. — Воронеж, 2008. — 25 с.

Вепрева И. Т. О кодифицированной норме в современной культурно-речевой ситуации: норма и мода / Л. П. Крысин // Русский язык сегодня. — М., 2006. — Вып. 4 : Проблемы языковой нормы. — С. 111–119.

Иссерс О. С. Пищевые скандалы в отражении российской прессы: когнитивно-прагматический аспект Текст / О. С. Иссерс // Московский лингвистический журнал — М. : РГГУ, 2002. — Т. 6. — № 2. — С. 147–156.

Кириллица — латиница — гражданица : Коллективная монография / отв. ред. Т. В. Шмелева. — Великий Новгород : НовГУ им. Ярослава Мудрого, 2009 — 340 с.

Китайгородская М. В., Розанова Н. Н. Тема пищи в повседневной разговорной речи: характеристики еды сквозь призму актуальных противопоставлений / М. В. Китайгородская, Н. Н. Розанова // Московский лингвистический журнал — М. : РГГУ, 2002. — Т. 6. — № 2. — С. 7–42.

Кожина М. Н. Стилистика русского языка : учебник / М. Н. Кожина, Л. Р. Дускаева, В. А. Салимовский. — М. : Флинта : Наука, 2008. — 464 с.

Кропотов С. Л. Реструктуризация советской городской среды: от заводских слободок к городу развлечений / Н. А. Купина, О. А. Михайлова // Советское прошлое и культура настоящего. — Екатеринбург : Изд-во Урал. ун-та, 2009. — 244 с.

Маринова Е. В. Иноязычные слова в русской речи конца XX — начала XXI в.: проблемы освоения и функционирования / Е. В. Маринова. — М. : ООО «Издательство ЭЛПИС», 2008. — 495 с.

Пикулева Ю. Б. Прецедентный культурный знак в современной телевизионной рекламе: лингвокультурологический анализ : дис. ... канд. филол. наук / Ю. Б. Пикулева ; УрГУ. — Екатеринбург, 2003.

Современный медиатекст : учеб. пособие / отв. ред. Н. А. Кузьмина. — Омск : «Полиграфический центр «Татьяна», 2011. — 414 с.

СЛОВАРИ

Большой толковый словарь русских глаголов : Идеографическое описание. Синонимы. Антонимы. Английские эквиваленты / под ред. Л. Г. Бабенко. — М. : АСТ-ПРЕСС КНИГА, 2007. — 576 с.

Русский семантический словарь. Толковый словарь, систематизированный по классам слов и значений / под общ. ред. Н. Ю. Шведовой. — М. : Азбуковник, 1998. — 800 с.

Большой толковый словарь русских существительных : Идеографическое описание. Синонимы. Антонимы / под ред. Л. Г. Бабенко. — М. : АСТ-ПРЕСС КНИГА, 2005. — 864 с.

Лю Я

магистрант I-го курса

Уральский федеральный университет

Языковая игра в китайском интернет-общении

Интернет как всемирная информационная среда в настоящее время изучается в разных областях гуманитарного знания и в разных аспектах. По меткому выражению А. М. Молдавана, директора Института русского языка им. В. В. Виноградова РАН, Интернет — настоящий Клондайк для современной лингвистики, поскольку виртуальное информационное пространство на сегодняшний день не изучено, и делаются лишь первые подступы к лингвистическому постижению языкового интернет-существования.

Интернет представляет собой не только телекоммуникацию, но и социальный, психологический и культурный феномен. Интернет предоставляет индивиду практически неограниченные возможности взаимодействия с другими индивидами, а также возможности самопрезентации и самовыражения, Современная

лингвистика носит антропоцентрический характер, что выражается в повышении интереса исследователей к изучению личности во всех ее проявлениях. В связи с этим особую актуальность приобретает феномен языковой личности, получивший детальное рассмотрение в работах Ю. Н. Караулова [Караулов 1987]. Поведение языковой личности в условиях общения, опосредованного компьютером, представляет интерес для лингвистов. В качестве конкретного объекта изучения самопрезентации личности мы выбрали языковую игру с планом выражения языкового знака на материале китайского интернет-общения.

Традиционно языковая игра осознается как набор различных стилистических приемов, с помощью которых выражается комический смысл сказанного. Особенности языковой игры привлекают внимание таких исследователей, как [Гридина 2008; Норман 2006; Санников 1999; Сквородников 2004] и др.

Создателем теории игрового происхождения и функционирования языка является Людвиг Витгенштейн, согласно учению которого, любой вид деятельности, связанной с языком, — игра. Языковая игра рассматривается как сам язык в его развитии и функционировании, при этом он уподобляется деятельности, в которой носители языка реализуют его потенциал, опираясь на собственные возможности [Витгенштейн 1985: 79–128].

Т. А. Гридина определяет языковую игру как форму лингвокреативного мышления, эксплуатирующую ассоциативный потенциал знака. В частности, выделяются основные операциональные механизмы, конструктивные принципы и приемы языковой игры, которые позволяют сопоставить «игровую трансформу» с ее «прототипом» (узуальным словом, словоформой, прецедентным высказыванием, целым текстом и т. п.) и выявить ассоциативный контекст, актуализированный при помощи «преднамеренного переключения, ломки ассоциативного стереотипа употребления или порождения исходного языкового знака» [Гридина 1996: 32].

В. З. Санников подчеркивает: «Языковая игра — это некоторая языковая неправильность (или необычность) и, что очень важно, неправильность, осознаваемая говорящим (пишущим)

и намеренно допускаемая. ...Только намеренная неправильность вызовет не досаду и недоумение, а желание поддержать игру и попытаться вскрыть глубинное намерение автора, эту игру предложившего» [Санников 1999: 23].

Б. Ю. Норман, дополняя сказанное другими исследователями, утверждает: «Языковая игра — это использование языка для достижения надъязыкового, эстетического, художественного (чаще всего — комического) эффекта. Проявления ее чрезвычайно многообразны» [Норман 1994: 79].

С системно-структурной стороны асимметрия языкового знака «позволяет моделировать новое содержание в рамках старой формы и, наоборот, сохранять содержание знака при изменении его формы» [Гридина 1996: 4].

Языковая игра возможна как в устном, так и в письменном общении. Если в разговорной речи колорит языковой игры подкрепляется мимикой, жестом, интонацией, то в письменном тексте эти ситуативные ресурсы игры восполняются графическим обликом слова. Важнейшая черта игры с графическим обликом слова заключается в том, что понимание её невозможно без зрительного восприятия. Под графической игрой как выразительным приемом письменной речи следует понимать шрифтовую, цветовую, пространственную, пунктуационную (кавычки, тире, дефис) актуализацию элемента, образующего новое слово. Графическая игра сопровождает языковое высказывание и «накладывается» на вербальный компонент сообщения при этом либо усиливает его, либо ослабляет.

В китайском языке графическая игра со словом достаточно трудна, так как графемой языка является иероглиф. Тем не менее возможна игра с дублированием иероглифа (мы рассматривали этот тип игры при анализе ников). Например, имя пользователя — 荣 Жун, ник — 荣荣 **Жунжун**; имя — 寧 Нин, ник — 宁宁 **Ниннин**. Языковая игра с графикой основана на редупликации имени. Другой пример этой игры: имя — 楠 (Нань), ник — 木南 (**Мунань**), китайский иероглиф, обозначающий имя человека 楠, может делиться на две части, 木 (Му) и 南 (Нань). Именно с помощью игры с китайской графикой появляется сетевое имя.

В данной работе мы обратимся еще к одному из вариантов игры, опирающейся на план выражения языкового знака, а именно **игры с фонетическим звучанием иероглифа**. Транскрибирование китайских иероглифов называется *пиньинь*. Пиньинь как система романизации китайского языка была принята в 1958 году, с 1979 года она используется во всем мире в качестве официальной латинской транскрипции имён и названий из КНР. В китайском интернет-общении мощным потенциалом для языковой игры обладает система пиньинь. Приведем некоторые примеры языковой игры со звучанием китайского слова, которые часто встречаются в китайском интернет-общении.

Единицы интернет-общения	Китайский иероглиф и пиньинь	Транскрипция по-русски	Значение в интернет-общении
BC	白痴 <i>bai chi</i>	Бачи	Идиот
BL	玻璃 <i>bo li</i>	Боли	Гомосексуалисты
BT	变态 <i>bian tai</i>	Бяньтай	Извращенец
BXCM	冰雪聪明 <i>bing xue cong ming</i>	Бинсюэ цуньмин	Умный как лед и снег
FB	腐败 <i>fu bai</i>	Фубай	Вечеринка между друзьями
GG	哥哥 <i>ge ge</i>	Гэгэ	Старший брат
JS	奸商 <i>jian shang</i>	Цзяньшан	Коммерсант
JJ	姐姐 <i>jie jie</i>	Цзецзе	Старшая сестра
KL	恐龙 <i>kong long</i>	Кунлун	Некрасивая девушка
LM	流氓 <i>liu mang</i>	Люман	Хулиган
LP	老婆 <i>lao po</i>	Лаопо	Жена
LG	老公 <i>lao gong</i>	Лаогун	Муж
MM	妹妹、美眉 <i>mei mei</i>	Мэимэй	Младшая сестра, красавица
NB	牛逼 <i>niu bi</i>	Нюби	«Круто» (с очень сильной эмоцией)
P9	啤酒 <i>pi jiu</i>	Пицзю	Пиво
RPWT	人品问题 <i>ren pin wen ti</i>	Жэньпинь вэньти	О негативном моральном облике человека
SJB	神经病 <i>shen jing bing</i>	Шэньцзинбин	Сумасшедший
XXHH; HH	嘻嘻哈哈 <i>xi xi ha ha</i> ; 呵呵 <i>he he</i>	Сиси хаха; хэхэ	Звукоподражание, выражает радость, смех

Данные примеры отражают основную особенность китайских языковых игр со звучанием в интернет-общении — образование латинских аббревиатур инициального типа — из сочетаний начальных звуков каждого иероглифа с опорой на пиньинь. Например, китайское слово 白痴 значит «идиот», его пиньинь — *bai chi*. Интернет-пользователь придумывает языковую игру по методу соединения первого звука пиньинь *bai* — *b* и второго звука пиньинь *chi* — *c*. Таким образом, мы получаем новую аббревиатуру — *BC*.

Данная языковая игра стимулирует развитие многозначности или омонимии. На базе созданных аббревиатур рождаются слова с новым значением, характерным только для интернет-общения. Например, в обыденном общении 玻璃 (*Боли*) означает «стекло», в китайском интернет-общении вместо 玻璃 используется *BL*, но в этом случае *BL* имеет значение «гомосексуалисты». Китайский интернет-пользователь активно использует эту аббревиатуру, в интернет-общении она признается модной. Происхождение значения данной аббревиатуры связывают с английской аббревиатурой, образованной из сочетания *Boy's love*.

Также существуют другие подобные примеры: 腐败 (*Фубай*) значит коррупция, в языковой игре в интернет-общении *FB* — это *вечеринка между друзьями*; *KL* образовано от слова 恐龙 (*Кунлун*), прямое значение — динозавр, в интернет-общении *KL* имеет переносное значение — *некрасивая девушка* и т. д.

Таким образом, одним из видов игры с графическим обликом слова в китайском языке является образование аббревиатур на основе латиницы. Латинская аббревиатура передает фонетический облик китайского слова. Сокращение образуется на базе пиньинь, транскрибированного варианта китайской графической системы.

Проведем классификацию латинских аббревиатур на основе китайского языка по тематическому основанию. По тематике можно выделить четыре группы окказиональных аббревиатур.

В первую группу вошли частотные и нейтральные слова.

1) Термины родства. Например, *GG* (哥哥, *ge ge*, Гэгэ, *Старший брат*), *JJ* (姐姐, *jie jie*, Цзецзе, *Старшая сестра*), *MM* (妹妹,

mei mei, Мэимэи, Младшая сестра), *LP* (老婆, *lao po*, Лаопо, Жена), *LG* (老公, *lao gong*, Лаогун, Муж).

2) Развлечения, напитки, профессии.

Например, *FB* (腐败, *fu bai*, Фубай, Вечеринка между друзьями), *P9* (啤酒, *pi jiu*, Пицзю, Пиво), *JS* (奸商, *jian shang*, Цзяньшан, Коммерсант).

Во вторую группу вошли слова-оценки, негативно характеризующие человека. Например, *BC* (白痴, *bai chi*, Бачи, Идиот), *BT* (变态, *bian tai*, Бяньтай, Извращенец), *KL* (恐龙, *kong long*, Кунлун, Некрасивая девушка), *LM* (流氓, *liu mang*, Люман, Хулиган), *RPWT* (人品问题, *ren pin wen ti*, Жэньпинь вэньти, О негативном моральном облике человека), *SJB* (神经病, *shen jing bing*, Шэньцзинбин, Сумасшедший).

В третью группу вошли слова с положительной оценкой. Например, *BXCM* (冰雪聪明, *bing xue cong ming*, Бинсюэ цуньмин, Умный как лед и снег), *MM* (美眉, *mei mei*, Мэимэи, красавица), *NB* (牛逼, *niu bi*, Нюби, круто (с очень сильной эмоцией)).

В четвертую группу вошли звукоподражания, выражающие различные эмоции. Например, *XXHH* (嘻嘻哈哈, *xi xi ha ha*, Сиси хаха, Звукоподражание, выражающее радость, смех), *HH* (呵呵, *he he*, хэхэ, смех).

Языковая игра со звучанием в китайском интернет-общении выступает в как способ более быстрого и удобного способа общения, с определенной долей комического эффекта.

Кроме того, языковая игра с латинскими аббревиатурами выполняет функцию эвфемистической замены ряда негативных слов. Эвфемизм всегда находится в оппозиции с так называемыми нежелательными, слишком резкими словами. Это оценка говорящим предмета речи, прямое обозначение которого считается грубым и неприличным. «Лишь определенные объекты, реалии, сферы человеческой деятельности и человеческих отношений могут вызывать подобную оценку — другие с этой точки зрения «нейтральны»» [Крысин 1996: 389]. Для китайского общения целый ряд слов тоже требует эвфемистической замены.

Еще один популярный тип языковой игры со звучанием в китайском интернет-общении — **цифровая игра**.

Механизм данной языковой игры следующий. Любая цифра в китайском языке по звучанию омонимична полноценному слову и может использоваться вместо него. В связи с этим игра со звучанием цифр очень популярна и используется настолько широко, что не все носители языка сразу могут найти соответствие звучания цифр и слов, поскольку звучание цифры и слова не всегда тождественно, а может лишь совпадать частично. Иногда лишь близкие друзья понимают друг друга, когда используют этот прием в ходе общения по интернету.

Покажем звучание китайских цифр (от 0 до 9) по-русски: 0 — Лин; 1 — И; 2 — Эр; 3 — Сань; 4 — Сы; 5 — У; 6 — Лю; 7 — Ци; 8 — Ба; 9 — Цзю.

Молодежь как основной пользователь интернета активно пользуется цифровой игрой со звучанием.

Языковая игра	Китайский иероглиф	Транскрипция по-русски	Значение в интернет-общении
02825	你爱不爱我	Ни ай бу ай во	Ты любишь меня или нет?
0451392	你是我一生最爱	Ни ши во и шэн чжун цзуй ай	Ты — мой любимый человек на всю жизнь
04535	你是否想我	Ни ши фо сян во	Скучаешь по мне?
065	原谅我	Юнфь янн во	Простите меня!
1314	一生一世	И шэнь и ши	На всю жизнь
1798	一起走吧	И ци цзоу	Пойдем!
2010000	爱你一万年	Аи ни и вань нянь	Буду любить тебя 10000 лет
246	饿死了	Э сы лэ	Почти умереть с голоду
360	想念你	Сян нянь ни	Скучаю по тебе
4242	是啊是啊	Си а си а	Вот вот, да да
456	是我啦	Си во ла.	Это я
5871	我不介意	Во бу цзе и	Я не обращаю внимания, я не считаю, что это важно.

Языковая игра	Китайский иероглиф	Транскрипция по-русски	Значение в интернет-общении
555	呜呜呜	У у у	Плакать
596	我走了	Во цзоу лэ	Я уйду
520	我爱你	Во ай ни	Я люблю тебя
66	溜溜	Лю лю	Гулять
775885	亲亲我抱抱我	Цин цин во бао бао во	Целуй меня обнимай меня
88	拜拜	Бай бай	До свидания
9494	就是就是 (表示同意)	Цзю ши цзю ши	Вот-вот, выражает согласие.
995	救救我	Цзю цзю во	Помоги, помоги!

Китайская цифровая игра со звучанием демонстрирует эвфемистическую замену лексических единиц и выражений, относящихся к интимной стороне жизни человека (выражают любовь, личные желания). Стремление не выставлять напоказ свою личную жизнь отражает суть национальной языковой личности. Китай относится к традиционным и консервативным странам, большинство китайцев стыдятся прямого выражения любви. Поэтому китайцы предпочитают эвфемистический способ выражения, и цифровая игра выполняет эту функцию. Именно поэтому цифровая игра со звучанием является одним из самых популярных языковых приемов в китайском интернет-общении.

ЛИТЕРАТУРА

Витгенштейн Л. Философские исследования // Новое в зарубежной лингвистике. Вып. XVI. Лингвистическая прагматика. М. : Прогресс, 1985. — С. 79–128.

Гридина Т. А. Языковая игра: стереотип и творчество. Екатеринбург : Изд-во Урал. гос. пед. ун-т, 1996.

Гридина Т. А. Языковая игра в художественном тексте. 2-е изд., испр. и доп; Екатеринбург : ГОУ ВПО «Урал. гос. пед. ун-т», 2008.

Караулов Ю. Н. Русский язык и языковая личность. М. : Наука, 1987.

Крысин Л. П. Эвфемизмы в современной русской речи // Русский язык конца XX столетия (1985–1995). М. : Языки русской культуры, 1996. — С. 384–408.

Норман Б. Ю. Грамматика говорящего. СПб. : Изд-во С.-Петербург. ун-та, 1994.

Норман Б. Ю. Игра на гранях языка. М. : Флинта : Наука, 2006.

Санников В. З. Русский язык в зеркале языковой игры. — М. : Языки русской культуры, 1999.

Сковородников А. П. О понятии и термине «языковая игра» // Филологические науки. 2004. — № 2. — С. 79–87.

ЯЗЫКОВАЯ ЛИЧНОСТЬ В РЕАЛЬНОМ И ВИРТУАЛЬНОМ КОММУНИКАТИВНОМ ПРОСТРАНСТВЕ

Берсенева А. А.
студентка 3-го курса

Уральского федерального университета

О некоторых приемах самопрезентации блогера

Жанры интернет-общения (чат, форум, блог и др.) дают большую возможность для изучения способов самопрезентации личности. Особенности коммуникации в Интернете (собеседники не имеют возможности видеть друг друга) позволяют пользователю конструировать идентичность по своему выбору.

Под **самопрезентацией** мы будем понимать стратегию речевого поведения, направленную на формирование образа своей личности в системе внешних коммуникаций с помощью вербальных и невербальных знаков. Относительная анонимность общения в Интернете помогает по-новому взглянуть на способы самопрезентации человека, которые предоставляют ему возможность не просто создавать желаемое впечатление о себе, но и быть тем, кем он захочет.

Говоря о виртуальном общении, мы можем соотнести понятия «самопрезентация» и «имидж» [См. Иссерс 1999]. **Имидж** — это стереотип человека, закрепившийся в массовом сознании [Паршина 2005: 64]. По сути, имидж представляет собой «Я» человека, обращенное вовне, его публичное «Я». Люди как бы покрыты определенным коммуникативным ограждением в виде публичного

«Я», за которым иногда может скрываться иное «Я» [Почепцов 2000: 545]. Таким образом, под имиджем понимается целенаправленно создаваемое представление, наделяющее впечатление от человека дополнительными ценностями (человеческими, нравственными), что, собственно, и способствует более эмоциональному его восприятию [Паршина 2005: 65]. Для интернет-коммуникации это особенно важно, поскольку собеседники в рамках опосредованного межличностного общения домысливают себе образ своего «визави», опираясь на его речевое поведение, а также невербальные составляющие коммуникации (оформление блога, выбор шрифта и др.). При этом именно лингвистические средства служат базой для конструирования имиджа [Иссерс 1999: 194].

Существует два способа самопрезентации: первый заключается в акцентировании специфических особенностей собственной личности, второй — в выборе для себя роли (или ролей) и соответствующей речевой «маски». Эти два способа восходят к античным понятиям *Ethos* и *Persona*. *Ethos* формирует доверие к автору, который предполагается как реальный. *Persona* моделирует роль, которую автор считает подходящей для аудитории [Иссерс 1999: 196]. Представляется, что в рамках интернет-общения оба механизма самоподачи взаимодействуют: моделируемая «виртуальная личность» опирается на реальные речевые и поведенческие особенности интернет-пользователя, но, подчиняясь конкретному коммуникативному заданию, свободно наращивает на них новые и новые пласты. При этом «доминанта имиджа идентифицирует ролевое поведение, а также определяет и другие его составляющие. Факультативные составляющие имиджа придают ему объемность, достоверность модели личности, т. к. доминанта не обеспечивает восприятия личности как реальной, нужны специфические черты и краски, придающие портрету сходство с оригиналом» [Иссерс 1999: 198, 201].

Известно, что самопрезентация складывается из многих составляющих: манеры, внешности, поступков и особенностей речи. При изучении особенностей речи отдельного человека целесообразно воспользоваться термином «**речевая манера**»,

который интерпретируется исследователями-лингвистами по-разному, однако ядром различных толкований этого термина является представление об индивидуальных особенностях чьей-либо речи. Мы опираемся на определение термина, данное М. Я. Дымарским, который говорит о **речевой манере** как аспекте речевого поведения, определяемом типом социальной (в том числе коммуникативной) позиции, доминирующей в социальном бытии индивида, его характером и темпераментом. Это аспект речевого поведения, включающий предпочитаемые индивидом синтаксические и интонационные конструкции, клише и штампы, пласты фразеологии и лексики [Дымарский 2006: 173]. Представляется, что этот ряд можно дополнить терминами «стратегия» и «тактика», которые позволяют описать речевую манеру человека с позиций лингвопрагматики.

Материалом для нашего исследования реализации стратегии самопрезентации послужили тексты блогов — сетевых дневников. Дневниковая форма повествования предполагает предельную искренность, достоверность, выражение своих чувств, как правило, без оглядки на чье-либо мнение [Щеглова 1992: 260]. Традиционным личным дневникам это было свойственно в силу того, что они не предназначались для постороннего чтения. Блог же становится дневником нового типа — публичным документом, объединяющим свойства личного и общественного. Его можно назвать «экстимным дневником», в котором интимность сменяется экстимностью [Казнова 2011: 11]. Искренность сменяется откровенностью и прямотой. Предполагаемый массовый адресат данных личных записей корректирует речевое поведение блогера, заставляет его моделировать свой виртуальный образ.

В структуре блога есть несколько элементов, имеющих первостепенное значение для самопрезентации блогера: это ник (от «nickname» — псевдоним) — имя, с помощью которого коммуникант общается с аудиторией [Жичкина 1999: электр. ресурс], заголовок и первая запись (в других терминах — «верхний пост», «шапка»). Находясь в верхней части страницы, они становятся первой информацией, которую видит интернет-пользователь,

когда заходит в блог. Эти текстовые фрагменты позволяют читателю быстро составить представление о содержании блога и его авторе и решить, стоит ли ему читать этот дневник дальше.

Проанализируем начальные элементы блога одного из самых популярных авторов Живого Журнала, публикующего свои записи под ником *mossudmed*. Заголовок страницы дает объяснение странному псевдониму: «*Страничка увлекающегося судебно-медицинского эксперта*». Таким образом, первые вербальные знаки, размещенные в блоге, характеризуют «хозяина» дневника с профессиональной точки зрения. Однако странное сочетание прилагательного *увлекающийся* с наименованием не самой приятной профессии *судебно-медицинский эксперт* сразу же формирует противоречивый образ блогера: как можно увлекаться такой профессией? Подзаголовок блога уточняет круг интересов его автора: *работа, фотография, музыка, путешествия, собаки, кот и т. п.* Казалось бы, эта строчка выводит разговор с аудиторией на бытовой, повседневный уровень. Однако интернет-сообщество, познакомившись с содержанием блога, окрестило его автора «*патологоанатомом*» и обращается к нему исключительно так.

Значительную роль в формировании такого образа играет верхний пост, в котором пользователь *mossudmed* представляет себя окружающим (очевидна функция самопрезентации) и предупреждает о правилах поведения в своем сетевом дневнике*.

«Шапка (все сюда)

Всем привет))

Как я не откладывал, а всё-таки придётся написать этот верхний пост «шапку». Много людей, заходящих на страничку задают похожие или одинаковые вопросы, и это понятно и нормально.

Отвечаю сразу всем:

1. Да, я судебно-медицинский эксперт.

2. Да, я работаю в морге.

3. Да, прямо в морге.

4. Нет, мне не страшно.

* Сохранены орфография и пунктуация блогера *mossudmed*.

5. Нет, я не привыкал к своей работе, она мне изначально нравилась.

6. Сплю хорошо.

Возможно, по ходу дела, будут добавлены некоторые дополнительные пункты)

Темы постов — в подназвании журнала.

Все материалы, касающиеся моей работы помечены вот так **СЛАБОНЕРВНЫМ НЕ СМОТРЕТЬ!!!**, фотографии убраны под кат. Цель подобных публикаций, ориентированных в первую очередь не на врачей, — шокотерапия населения, стимулирование мозговой деятельности у людей. Фотографии всяких ужасов чтобы просто развлечься или поглазеть выкладывать не буду, хотя их хватает. Хотелось бы, чтобы обычные люди глядя на эти снимки и пояснения к ним немного задумались о своей и так не очень длинной жизни и о том, как эту жизнь не укорачивать своими руками.

ЛЮДИ! ЕСЛИ ВЫ НЕ ХОТИТЕ ЭТОГО ВИДЕТЬ, СЧИТАЕТЕ ЭТО АМОРАЛЬНЫМ, ИЛИ ПРОСТО У ВАС ПСИХИКА СЛАБАЯ — НЕ ХОДИТЕ ПОД КАТ!!!

Никакой следственной тайны эти снимки не раскрывают.

Могу приватно проконсультировать по каким-то общим вопросам, по конкретным уголовным делам, извините, не консультирую.

Понятно, что во врачебной профессии присутствует некоторый цинизм, но всё-таки, просьба при комментировании фотографий специальной тематики воздерживаться от грубого чёрного юмора и жаргонизмов.

Ну и страничка не исчерпывается лишь материалами из морговской жизни, есть ещё всякое..

Короче, всем гостям — добро пожаловать.)))))

Посты по тэгам СМЭ, работа доступны только для друзей.

Копирование материалов по тэгам СМЭ и работа ввиду их деликатности возможно ТОЛЬКО с моего разрешения!!!

3. БИ. Френдю почти всех, кто зафрендил меня, но постепенно. Точно не буду френдить ботов, троллей и грубиянов.

Желающие взаимофрендинга — напишите пару слов о себе в этом посте.

Поехали)))»

Основная цель автора блога — самопрезентация. Блогер mossudmed представляет себя читателю прежде всего как судебно-медицинского эксперта, который фактом ведения блога старается опровергнуть стереотипы, укоренившиеся в обыденном сознании в отношении людей таких профессий. Mossudmed настроен на общение со своими читателями, однако тематика его дневника шокирует аудиторию, так как обсуждаются темы и демонстрируются материалы, которые являются табуированными в публичной коммуникации. Речевую манеру блогера можно определить как откровенную: mossudmed выбирает речевую маску «правдоруба», готового к откровенному, местами и циничному разговору. Представляется, что данная речевая маска весьма популярна в современной блогосфере из-за того, что человек, попадая в относительно анонимную речевую среду, чувствует освобождение от сковывающих его речевое поведение социальных условностей, а иногда и сознательно начинает эпатировать откровенностью интернет-пользователей, привлекая таким образом внимание к своему дневнику. Он сознательно выбирает образ, обычно воспринимаемый негативно, но затем пытается сгладить впечатление, выводя разговор с читателями из эмоционального в рациональный план.

Стратегия самопрезентации, целью которой является формирование образа откровенного, категоричного, прямого автора блога, проявляется в таких тактиках, как:

— тактика самохарактеризации. Речевыми ходами, т. е. фрагментами, выступающими в качестве инструмента реализации данной речевой тактики, становятся предложения 1. Да, я судебно-медицинский эксперт. 2. Да, я работаю в морге. 3. Да, прямо в морге. 4. Нет, мне не страшно. 5. Нет, я не привыкал к своей работе, она мне изначально нравилась. 6. Сплю хорошо, гипертрофированно представляющие эго-тему. Автор блога моделирует ответы на типичные закрытые вопросы, которые задают ему многие подписчики, поэтому выбирает достаточно категоричные

варианты реплик, среди которых есть и разговорные неполные конструкции. Создается ощущение, что блогер устал от одних и тех же вопросов и в последний раз объясняет свой сложный, неоднозначный социальный и психологический статус.

— тактика предупреждения. Реализуется в ситуации разговора о публикации шоковых материалов из морга: **СЛАБОНЕРВНЫМ НЕ СМОТРЕТЬ!!!; ЕСЛИ ВЫ НЕ ХОТИТЕ ЭТОГО ВИДЕТЬ <...> НЕ ХОДИТЕ ПОД КАТ!; Копирование материалов по тэгам СМЭ и работа ввиду их деликатности возможно ТОЛЬКО с моего разрешения!!!** Блогер использует разного рода шрифтовые выделения (полужирный шрифт, прописные буквы), для того чтобы обратить внимание на данные предупреждения. Однако троекратное повторение предупреждения, как нам кажется, приведет, скорее всего, к обратному результату — адресат может быть заинтригован запретным, тайным.

— тактика объяснения. Фрагменты, где реализуется данная тактика, позволяют блогеру обосновать своё желание продемонстрировать массовому адресату фотографии запретной тематики: *Цель подобных публикаций, ориентированных в первую очередь не на врачей, — шокотерапия населения, стимулирование мозговой деятельности у людей. ...Хотелось бы, чтобы обычные люди глядя на эти снимки и пояснения к ним немного задумались о своей и так не очень длинной жизни и о том, как эту жизнь не укорачивать своими руками.* Автором постулируется высокая воспитательная функция собственного блога, отвергаются обвинения в преследовании каких-либо низких целей. Откровенное речевое поведение блогера обосновывается выполнением высокой миссии просвещения масс, автор позиционирует себя как человека ответственного.

— тактика просьбы. Реализуется при обозначении правил поведения в блоге. Речевой фрагмент, содержащий просьбу, не включает в себя традиционных этикетных форм реализации данного речевого жанра. Автором дневника используется оборот, который типичен для официально-делового дискурса: *просьба при комментировании фотографий специальной тематики воздерживаться от грубого чёрного юмора и жаргонизмов.* Категоричность

и холодность просьбы подчеркивает намерение блогера отказаться от эмоциональной интерпретации специфики своей профессиональной деятельности.

— тактика выражения намерения. Реализуется в постскрипуме: *Френдю почти всех, кто зафрендил меня, но постепенно. Точно не буду френдить ботов, троллей и грубиянов.* Обе фразы содержат помимо выражения намерения ещё и достаточно явное предупреждение, что позволяет говорить о комбинации кооперативных и конфликтных тактик в самопрезентации блогера.

— тактики приветствия и прощания. Этикетные тактики реализуются с помощью подчеркнутых средств снижения тональности: *Всем привет))) Короче, всем гостям — добро пожаловать.)))) Поехали)))* Используемые разговорные обороты, графические средства выражения позитивных эмоций создают тональность непринужденного свободного общения на закрытые темы. Таким образом автором старается снять напряженность, возникающую у читателей, которые не были готовы столкнуться с информацией, публикуемой в блоге.

Речевая манера блогера *mossudmed* ориентирована на имитацию откровенного разговора. В верхнем посте всё внимание обращено на профессиональную деятельность автора, другие сферы жизни практически не затрагиваются (*«есть еще всякое»*). Тематическая цепочка слов, представляющих описание профессиональной деятельности автора, значительна по объему: *судебно-медицинский эксперт, морг, слабонервные, шокотерапия, стимулирование мозговой деятельности, всякие ужасы, слабая психика, следственная тайна, уголовное дело, цинизм, черный юмор, морговская жизнь, СМЭ* (в значении «судебно-медицинская экспертиза»). Создается ощущение, что блогер касается только того, что с высокой долей вероятности вызовет эмоциональную реакцию у новой аудитории.

В записи много сниженных, разговорных единиц: *всякие* (в данном контексте — разг.) *ужасы, поглазеть* (прост.), *грубиян* (разг.) [СОШ: электрон. ресурс], вводные конструкции *по ходу дела*

и *короче*, воспринимаемые как слова-паразиты. В тексте практически не представлены единицы высокого книжного стиля, однако присутствуют наименования, которые можно отнести к терминологической сфере: *мозговая деятельность, жаргонизмы, СМЭ (судебно-медицинская экспертиза)*. Формируется образ профессионала, привыкшего к «грязной работе», готового говорить о ней в непринужденном стиле.

В тексте присутствуют пунктуационные ошибки, что не позволяет говорить об авторе как о носителе элитарного типа речевой культуры.

В данной записи широко используется интернет-сленг: *пост* (в значении «запись»), *шапка* (в значении «верхняя запись»), *журнал* (в значении «блог»), *убрать под кат* (т. е. скрыть часть содержания записи под ссылкой), *тэг* (т. е. специальный вид ссылки, используемый в Интернет), *френдить* (т. е. добавить в друзья), *взаимофрендинг* (взаимное добавление в друзья), *бот* (программа, симулирующая действия человека), *троль* (анонимный интернет-провокация), *З. Ы.* (P. S.). Таким образом, автор показывает себя как опытный интернет-пользователь, который имеет право контролировать содержание своего виртуального дневника.

Таким образом, проанализировав текст самопрезентации в одном из популярных блогов, мы пришли к выводу, что автор в процессе представления себя использует прием интригующей откровенности, который заключается в намеренном удивлении читателей выбором темы, лексических единиц, тональности общения, ранее неприемлемых в публичной коммуникации. Автор формирует образ откровенного, прямого человека, готового к непринужденному общению на закрытые темы и одновременно стремящегося избежать конфликтов. Нельзя в полной мере сказать, что для текстов данного виртуального дневника будет характерен особый доверительный тон, присущий традиционным дневникам, однако имитация откровенного разговора с потенциальными читателями блога очевидна.

ЛИТЕРАТУРА

Дымарский М. Я. Речевая культура и речевая манера (к проблеме оценки нормативности речевой практики) // Русский язык сегодня. Вып. 4. Проблемы языковой нормы : сб. ст. / Ин-т русского языка им. В. В. Виноградова. — М., 2006. — С. 173–186.

Жичкина А. Е. Социально-психологические аспекты общения в Интернете [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://flogiston.ru/articles/netpsy/refinf>

Казнова Н. Н. Трансформация языковой личности в интернет-коммуникации (на примере французской блогосферы) : автореф. дис. ... канд. филол. наук / Казнова Н. Н. ; Перм. Гос. ун-т. — Пермь, 2011. — 22 с.

Иссерс О. С. Коммуникативные стратегии и тактики русской речи : монография / О. С. Иссерс. — Омск : Омск. Гос. ун-т, 1999. — 285 с.

Паршина О. Н. Стратегии и тактики речевого поведения современной политической элиты России : дис. ... д-ра филол. наук / О. Н. Паршина ; Сар. ун-т. — Саратов, 2005. — 325 с.

Почепцов Г. Г. Имиджелогия / Г. Г. Почепцов. — М. : Рефл-бук, К. : Ваклер, 2000. — 766 с.

Щеглова Е. Чуковский К. Дневники 1901–1929 гг. / Е. Щеглова // Нева. — 1992. — № 9. — С. 260–263.

СЛОВАРИ

Ожегов С. И., Шведова Н. Ю. Толковый словарь русского языка [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://slovarozhegova.ru/>

Кулак Н. Н.

студентка 5-го курса

Уральского федерального университета

О проявлении тенденции к унификации правил пунктуации в современном русском языке

Коренные изменения в политической жизни общества, реформирование российской экономики явились экстралингвистическими факторами, стимулирующими активные процессы

в современном русском языке [Валгина 2000; Лопатин 2007; Юдина 2010]. В рамках высокодинамического типа развития языка наблюдается проявление тенденции к унификации правил пунктуации. В частности, современные исследователи отмечают рост употребительности тире [Валгина 2003: 266], нередко современные авторы используют тире вместо двоеточия в бессоюзном сложном предложении и в предложениях с однородными членами после обобщающего слова [Лопатин 2007: 699; Валгина 2000: 412]. Более того, специалисты признают такое употребление тире настолько устоявшимся, что считают необходимым внесение изменений в действующие правила пунктуации: «Такое расширенное употребление тире в настоящее время стало настолько массовым, что свод правил в данном отношении явно не соответствует живому употреблению и нуждается в уточнении» [Валгина 2000: 412].

Задача нашего исследования — на материале анализа рукописи книги В. П. Гергеля «Современные языки и технологии параллельного программирования» показать активность выявленной тенденции в современной письменной речи.

В рукописи отмечено семь случаев употребления тире вместо двоеточия в предложениях с обобщающим словом и однородным рядом. По данным справочника Д. Э. Розенталя, тире в данном случае употребляется после ряда однородных членов и перед обобщающим словом, двоеточие — наоборот, после обобщающего слова и перед однородными членами предложения. Однако при анализе рукописи мы столкнулись с рядом примеров, свидетельствующих о том, что автор унифицирует данное правило, используя тире там, где по правилам должно стоять двоеточие, например:

Далее обсуждаются вопросы организации взаимодействия потоков с использованием общих данных и связанные с этим многие классические аспекты параллельного программирования — гонка потоков, взаимное исключение, критические секции, синхронизация.*

* Здесь и далее примеры приводятся в авторской редакции.

В данном случае словосочетание *многие классические аспекты параллельного программирования* играет роль обобщающего слова, а однородными членами, поясняющими его, являются *гонка потоков, взаимное исключение, критические секции, синхронизация*. Обобщающее слово предшествует однородному ряду, значит, вместо тире здесь должно использоваться двоеточие [Розенталь 2003: 210].

Сначала в разделе даны «очевидные», на первый взгляд, решения, которые на самом деле являются неполными, однако позволяют продемонстрировать ряд проблем, которые могут возникать при разработке параллельных программ — жесткая синхронизация, потеря взаимоисключения, возможность блокировки, бесконечное откладывание.

Объединяющее словосочетание — *ряд проблем*, однородные члены, к нему относящиеся — *жесткая синхронизация, потеря взаимоисключения, возможность блокировки, бесконечное откладывание*. Между ними, как и в первом примере, должно стоять двоеточие, однако автор поставил тире.

В рукописи нам встретился тридцать один случай замещения двоеточия тире в бессоюзном сложном предложении. В справочнике Д. Э. Розенталя в разделе «Знаки препинания в бессоюзном сложном предложении» говорится о случаях постановки тире и двоеточия: «Для разграничения случаев постановки тире и двоеточия <...> можно исходить из следующего общего положения: если основная часть высказывания <...> заключена в первой части, а во второй <...> содержится пояснение, раскрытие содержания первой части, изложение какого-либо факта, указание на причину, то между частями ставится двоеточие; если же, наоборот, основная часть высказывания заключена во второй части, а первая имеет подчиненное по смыслу значение <...>, то между частями ставится тире». Как показывают следующие примеры, автор не разграничивает эти случаи и употребляет двоеточие правильно всего в двух случаях. Вероятно, он помнит, что тире и двоеточие употребляются для деления частей бессоюзного сложного предложения, однако считает их равноправными знаками.

Вычислительные возможности современных компьютерных систем являются просто колоссальными — они могут за секунды выполнить объем вычислений, который для отдельного человека может потребовать миллиарды лет.

Во второй части бессоюзного сложного предложения содержится информация, подтверждающая колоссальность вычислительных возможностей компьютерных систем, следовательно, в данном случае должно употребляться двоеточие.

Предложенный способ разделения ресурсов устраняет недостатки жесткой синхронизации, однако при этом теряется гарантия взаимоисключения — оба потока могут оказаться одновременно в своих критических секциях (это может произойти, например, при переключении между потоками в момент завершения проверки занятости ресурса).

В данном случае во второй части сложного бессоюзного предложения содержится указание на причину, по которой теряется гарантия взаимоисключения. Соответственно, в этом случае также требуется постановка двоеточия.

Неразличение двоеточия и тире можно объяснить явлением, о котором пишет Н. В. Юдина: «...можно наблюдать все более активно проявляющее себя в современном языке стремление к возможной унификации языковых средств при их избыточной вариативности» [Юдина 2010: 110]. Иными словами, носителю языка трудно различать эти два знака, поэтому он и стремится использовать только один во всех похожих на его взгляд случаях.

Проявление тенденции к унификации не ограничивается описанными случаями. Она проявляется также в увеличении класса несклоняемых слов, в частности, топонимов [Юдина 2010: 109]. В «Русской грамматике» 1980 года сказано: «Географические названия на -ово, -ево и -ино: *Иваново, Бирюлево, Кунцево, Сараево, Болдино, Бородино, Голицыно* и под. в современной разговорной, профессиональной, газетной речи обнаруживают тенденцию к неизменяемости. Несмотря на это в письменной речи, в соответствии с действующими грамматическими правилами, географические названия на -ов(о), -ев(о), -ин(о), -ын(о)

склоняются: *В небе над Тушином (газ.); Речь идет об аэропорте в Шереметьеве (газ.)*. Несклоняемость географических наименований нормальна в следующих случаях: 1) Если такое наименование является приложением к одному из следующих обобщающих слов: село, деревня, поселок, станция, становище, реке — город: *в селе Васильково, в поселке Пушкино, в деревне Белкино, на станции Гоголево*. 2) Если населенный пункт назван собственным именем известного лица: *около Репино* (назв. поселка под Ленинградом), *недалеко от Лермонтово* (назв. небольшого города около Пензы)» [Русская грамматика. Т. 1 1980: 505]. Носители языка унифицировали правило употребления топонимов: «Географические названия славянского происхождения, оканчивающиеся на -ово, -ево, -ино, -ыно традиционно склонялись: в *Останкине*, в *Переделкине*, к *Болдину*, до *Пулкова*, из *Косова*. Тенденция к употреблению несклоняемого варианта сложилась лишь в последние десятилетия. Иными словами, новая норма — не в *Люблине*, а в *Люблино*» [Пахомов; <http://pb8.ru/1vs>].

Тенденции не действуют избирательно, и мы можем наблюдать самые разные проявления их действия. Как мы видим на примере замещения двоеточия тире, тенденция к унификации, проявляющаяся, как мы показали выше, в морфологии, также действует и в пунктуации.

ЛИТЕРАТУРА

- Валгина Н. С. Синтаксис современного русского языка : учебник. — М. : Агар, 2000.
- Валгина Н. С. Активные процессы в современном русском языке : учеб. пособие. — М. : «Логос», 2003.
- Лопатин В. В. Многогранное русское слово: избранные статьи по русскому языку. — М. : Азбуковник, 2007.
- Пахомов В. М. В Простоквашино или в Простоквашине? [Грамота.Ру](http://pb8.ru/1vs): Справочно-информационный портал «Русский язык» / Федерал. агент-во по печати и массов. комму-ям. URL: <http://pb8.ru/1vs> (дата обращения: — 22.03.2013).

Розенталь—Д. Э. Справочник по правописанию и литературной правке: справочник / Д. Э. Розенталь. 8-е изд., испр. и доп. — М. : Айрис-пресс, 2003.

Русская грамматика : в 2 т. / под ред. Н. Ю. Шведовой. М. : Наука, 1980.

Юдина Н. В. Русский язык в XXI веке : монография. — М. : Гнозис, 2010.

Лапковская Н. А.
студентка 4-го курса

Уральский федеральный университет

Речевой портрет телеведущего Сергея Светлакова: коммуникативно-прагматический аспект

В настоящее время перспективным направлением в лингвистике стало описание речевого портрета и выявление характерных черт речевого поведения политиков, писателей, телеведущих и пр. [Енина 2009; Иссерс 1999; Ланских 2008 и др.]. Коммуникативно-прагматический подход к описанию речевого портрета предполагает внимание к коммуникативной ситуации общения, к значению и функции речевых поступков говорящих [Формановская 2002]. Объектом нашего исследования стала речь Сергея Светлакова, одного из ведущих развлекательной программы «Прожекторперисхилтон», а именно его речевая партия в этой программе. Предметом анализа выступают речевые поступки С. Светлакова. Цель исследования — выявить репертуар речевых поступков телеведущего.

«Прожекторперисхилтон» — это телевизионная информационно-развлекательная программа Первого канала, которая выходила в эфир в 2008 — 2012 гг. Ведущие — Иван Ургант, Гарик Мартиросян, Сергей Светлаков и Александр Цекало — в юмористической манере обсуждают актуальные темы недели, комментируют газетные статьи и высказывания политических деятелей и др. Важным элементом передачи стало присутствие именитых

гостей. Это не всегда люди с хорошим чувством юмора; иногда они сами становятся объектом пародии за столом ведущих.

Для исследования речевого поведения С. Светлакова был проанализирован один выпуск программы «Прожекторперисхилтон», вышедший в эфир 29 октября 2011 г. Гостем программы стал популярный актер Сергей Безруков. Тематика программы выборочно отражала текущие события с 24 по 28 октября 2011 г.

В анализируемом выпуске «Прожекторперисхилтон» мы посчитали все речевые поступки участников программы и получили следующий результат:

Таблица 1

Участники коммуникации	Количество речевых актов
Ургант	93
Мартиросян	85
Светлаков	60
Цекало	32
Безруков	30

Таким образом, из 300 реплик участников программы С. Светлакову принадлежит 60, что на одну треть меньше речевых поступков самого активного участника программы — И. Урганта и в два раза больше речевых поступков самого неактивного ведущего — А. Цекало. Это говорит о том, что по частотности реплик роль С. Светлакова в процессе коммуникации не является доминирующей, но в то же время он активно участвует в обсуждении тем.

В классификации речевых поступков, предложенной И. Н. Борисовой [Борисова 2001], выделяются такие речевые поступки, как экспрессивы, волюнтаривы, вердиктивы, репрезентативы и коммуникативные регулятивы. В речи С. Светлакова нами были обнаружены следующие разновидности речевых поступков.

Вердиктивы — оценочные речевые поступки, выражающие согласие / несогласие, одобрение / возражение (дискуссия, спор,

догадка, предположение, шутка, острота и др.) Рассмотрим их на конкретных примерах из речи С. Светлакова.

Ургант (о листовке «Единой России» с прошлых выборов): *И вопрос у многих и у меня / <А зачем я храню 4 года эту листовку? > //*

Светлаков: *Не / на самом деле / я бы это тоже сохранил // просто куда-то едешь / раз на лобовое / оп // и не понятно / кто остановит и спросит вообще // пусть едет //*

Речевой поступок состоит из двух речевых ходов. Первый речевой ход выражает согласие с действием И. Урганта: *я бы это тоже сохранил*. Второй речевой ход представляет собой ответ-догадку на заданный вопрос, что и вызывает смеховой эффект.

Чаще всего вердиктивы в речи С. Светлакова встречаются в виде шутки:

Цекало: *<Несколько британских депутатов вынесли на рассмотрение парламента вопрос о проведении к маю 2013 года референдума о выходе страны / то есть Британии / из ЕС <...> Правящая партия правительства Шотландии начала кампанию по подготовке референдума о независимости>*

Светлаков: *Смотрите / Великобритания из Евросоюза // а из Великобритании еще Шотландия // это ж матрешка //*

Шутка построена на нестандартной ассоциации предмета речи по сходству: стремление к политической независимости сопоставляется с традиционной русской игрушкой «матрешка» и передает смысл несерьезности усилий. Цель речевого поступка — смеховой эффект.

Ургант: *<...> Давайте вообще предложим партиям использовать слоганы / которые уже хорошо всем известны и знакомы //*

Мартирисян: *Ты имеешь в виду партийные слоганы?*

Ургант: *Да вообще любые слоганы / Гарик (МАРТИРОСЯНУ) // лю-бы-е // например / <Справедливая Россия> // управ-ляй мечтой> //*

Светлаков: *<КПРФ / а вы где одеваетесь?> //*

Мартирисян: *<Мистер Зюганов / веселей / в доме чище в 2 раза быстрее> //*

Светлаков: *<Патриоты России> // квадратиш / практиш / гуд>*

В данном фрагменте шутки С. Светлакова, как и других ведущих, поддерживают заданную тему об игровых слоганах партий и снижают серьезность оценки политической избирательной кампании.

Следующая разновидность речевых поступков в коммуникативном поведении С. Светлакова — это репрезентативы.

Репрезентативы — речевые поступки, посредством которых производятся операции с информацией. Разновидности данных поступков широко представлены в речи С. Светлакова, поскольку по условиям передачи ведущие обращаются к текстам газет. Отметим наиболее частотные разновидности:

повествование, зачитывание, комментарий

Светлаков: *Так // <Бывший британский премьер Тони Блэр возглавил группу советников / которые займутся разработкой программы экономических реформ для президента Казахстана Нурсултана Назарбаева // <Его советы в сфере экономики и политики бесценны> / сообщил изданию местный источник> // имеется в виду не вода / а человек //*

Речевой поступок состоит из двух речевых ходов: зачитывание газетного текста и комментариев. Смеховой эффект комментария основан на многозначности слова «источник».

догадка

Мартирисян: *... <Новую редакцию закона о культуре внес на рассмотрение в Госдуму Григорий Ивлиев / глава думского Комитета по культуре> // соответственно / что это означает // что / если ты культурная организация / ты не платишь никаких налогов*

Ургант: *Это означает / что многие организации будут претендовать на то / чтобы стать культурными //*

Светлаков: *а Санкт-Петербург как культурная столица вообще перестанет налоги платить //*

В данном фрагменте речевой поступок С. Светлакова дополняет высказывание коммуникативного партнера (И. Урганта).

намек

Ургант: *Давайте подумаем / кто из современных персонажей / людей / которых мы знаем...*

Светлаков: *...мог бы украсить сказку // не / ну понятно / на роль Колобка никто не претендует (БЕРЕТ ЦЕКАЛО ЗА РУКУ) //*

Намек заключается во внешнем сходстве А. Цекало с Колобком — невысокий рост, округлая форма тела — и предполагает смеховую реакцию зрителя.

Цекало (о поправке к закону «О культуре»): *художественный салон при сауне будет открыт //*

Светлаков: (ПОКАЗЫВАЕТ НА ЦЕКАЛО) *старая мечта //*

С. Светлаков подшучивает над А. Цекало, намекая на то, что тот часто проводит время в саунах.

Следующая разновидность речевых поступков, представленных в речи С. Светлакова, — это регулятивы.

Коммуникативные (повелительные) *регулятивы* — фатические речевые поступки, связанные с организационными аспектами взаимодействия, регуляторы текущего контакта (различные способы передачи и захвата коммуникативной инициативы и пр.)

Светлаков (о популяризации общественного транспорта): *Ребят / ребят / на секунду вас прерву //* у меня есть фотография (ПОКАЗЫВАЕТ ГАЗЕТУ С ФОТОГРАФИЕЙ ПЕРЕПОЛНЕННОЙ ТРАНСПОРТНОЙ МАГИСТРАЛИ).

Коммуникативный регулятив способствует кратковременному захвату инициативы.

Цекало (о выходе Великобритании из Евросоюза): *<Несколько британских депутатов вынесли на рассмотрение парламента вопрос о проведении к маю 2013 года референдума о выходе страны / то есть Британии / из ЕС> //*

Светлаков: *О! Великобритания валит //* что еще Саи? (ЦЕКАЛО)

В данном речевом поступке присутствует два речевых хода. Первый речевой ход — вердиктив. Второй речевой ход *что еще Саи* представляет собой коммуникативный регулятив. Определим

его как взятие С. Светлаковым инициативы с ее последующей передачей партнеру.

Мартироян (о предвыборных лозунгах): *Русский / жестче взгляд //* ну-ка / жестче взгляд / Сережа (СВЕТЛАКОВУ) // *Можешь сам хрусталик аккомодировать так / чтобы он был жестче?*

Светлаков: *Нет / ну у нас у всех у русских жесткий взгляд //*

Мартироян: *Ну-ка//*

Светлаков: (ПЫТАЕТСЯ ИЗОБРАЗИТЬ) *Я / считай / все уже / в ЛДПР //* *Подождите / подождите / идем дальше //* Коммунистическая партия Российской Федерации // *Так на выборах 21 за коммунистов идут под лозунгом <От политической обороны к всенародному наступлению> //* О как // Э-э // Ух //

В этом речевом поступке С. Светлакова присутствует несколько речевых ходов. Первый речевой ход: *Я / считай / все уже / в ЛДПР* относится к вердиктивам — положительная оценка самого себя с точки зрения принадлежности к партии. Второй речевой ход: *Подождите / подождите / идем дальше* относится к коммуникативным регулятивам — захватывает инициативу. Следуя теории О. С. Иссерс [Иссерс 1999], определим данный коммуникативный ход как захват С. Светлаковым инициативы с последующим ее удержанием. Третий речевой ход представляет собой репрезентатив, поскольку С. Светлаков зачитывает фрагмент из газетного текста. Четвертый речевой ход относится к вердиктивам: *О как //* э-э // Ух. Это оценочное высказывание, частица *как* — употр. для выражения удивления и оценки [СОШ 2008: 316], междометие *ух* — выражает удивление, высокую оценку, восхищение [СОШ 2008: 1040]. Отметим, что высокая оценка дана в ироническом контексте.

Подведем итоги по классификации речевых поступков С. Светлакова. По частотности среди речевых поступков на первое место выдвигаются вердиктивы, именно эти речевые поступки часто выполняют функцию создания комического эффекта. Следующая по частотности разновидность речевых поступков — репрезентативы и коммуникативные регулятивы, которые, как правило,

сопровожаются вердиктивами. Не единичное присутствие коммуникативных регулятивов в речевом поведении С. Светлакова говорит о том, что он периодически выполняет главенствующую роль в коммуникации. В целом в ситуации развлекательной программы речевое поведение ведущего С. Светлакова ориентировано на оценочные речевые поступки.

ЛИТЕРАТУРА

- Борисова И. Н.* Русский разговорный диалог : Проблема интегративности : дис. ... д-ра филол. наук ; Урал. гос. ун-т. — Екатеринбург, 2001.
- Енина Л. В.* Речевой портрет губернатора Э. Росселя // Советское прошлое и культура настоящего : монография : в 2 т. / отв. ред. Н. А. Купина, О. А. Михайлова. — Екатеринбург : Изд-во Урал. ун-та, 2009. — Т. 2. — С. 120–131.
- Иссерс О. С.* Коммуникативные стратегии и тактики русской речи. Омск : Изд-во Омск. гос. ун-та, 1999.
- Ланских А. В.* Речевое поведение участников реалити-шоу: коммуникативные стратегии и тактики : дис. ... канд. филол. наук ; Урал. гос. ун-т. — Екатеринбург, 2008.
- Формановская Н. И.* Речевое общение : коммуникативно-прагматический аспект. М. : Русский язык, 2002.

СЛОВАРИ

- Ожегов С. И.* Толковый словарь русского языка: 80 000 слов и фразеологических выражений. — 4-е изд., доп. М. : Азбуковник, 2009.

Литовская Е. В.
магистрант 1-го курса
Уральский федеральный университет

Создание успешного блога: динамика коммуникативной стратегии блоггера «belonika» — писателя Ники Белоцерковской

Современное интернет-сообщество дает каждому человеку возможность получить признание как специалисту в определенной области. Для этого необходимо обладать определенным набором знаний, которые могут быть не связаны со сферой профессиональной деятельности члена данного сообщества. Он сам определяет свой статус (профессионал, любитель и т. д.), который может изменяться под воздействием интереса аудитории. Интернет-авторы, желающие поделиться своими знаниями и умениями с широкой аудиторией, создали свой сегмент интернета — блогосферу.

Блогосфера обладает своей структурой и иерархией. Блоги разделены тематически, и в каждой тематической группе блогов есть свои топ-блоггеры, обладающие ярко выраженной индивидуальностью, и рядовые блоггеры разной степени популярности. Наиболее наглядно иерархичность можно наблюдать в сегменте блогов о моде, где большинство авторов (блоги Style Scrapbook, Pandora, Mariannan) **изначально не занимались модой профессионально**, но интересовались ее прикладными аспектами. Их уникальный стиль, стратегии самопрезентации, способы подачи материала сделали их популярными у разных категорий читателей, тогда как многие другие авторы, пишущие о своем стиле, так и не стали значимыми в глобальном сообществе авторов и читателей, интересующихся модой.

Модные блоги стали важной вехой для формирования блогосферы, так как привнесли туда одну из ключевых идей: элитарное практическое знание должно быть демократичным. Эта идея привела к расширению тематического ряда. Так, одной из трендовых тем в блогосфере стала кулинария во всем своем многообразии. Но

в демократичной среде самодеятельных кулинарных авторов, тем не менее, выделяются свои «звезды».

Известных кулинарных блоггеров в России не так уж много, и они, вероятно, намеренно избирают для себя различные речевые стратегии, используют различные приемы языкового воздействия на читателя и реализуют различные типы речевого поведения. Поскольку не существует универсальных схем речевого воздействия, индивидуальная речевая политика формируется методом проб и ошибок, так как необходимо найти ту единственно верную интонацию, выработать точную речевую манеру, которая приведет к максимальному планируемому эффекту.

Для конца первого десятилетия 2000-х гг. характерным процессом становится превращение блоггера во влиятельную медийную персону и наоборот. Первой информационной площадкой, на которой реализовался этот процесс, был Живой Журнал (далее ЖЖ).

В этом информационном пространстве существует два пути достижения авторитетности. Первый путь — прийти в ЖЖ уже известным аудитории человеком, мнение которого определенной группой лиц заведомо воспринимается как авторитетное (такую стратегию реализовали, например, Татьяна Толстая, Артемий Лебедев и Ксения Собчак). В этом случае речь идет о поддержании своего авторитета, а не о достижении популярности. Второй путь связан с завоеванием известности и популярности у широкой аудитории читателей: блоггер приходит в интернет-пространство никому не знакомым человеком, но, благодаря правильно найденной речевой стратегии, интересному материалу, способам его подачи, манере общаться с читателями, становится популярным и занимает высокое положение в иерархии блоггеров своего тематического сегмента (это стратегия, например, Алексея Навального, Максима Сырникова и Вероники Белоцерковской).

Вероника Белоцерковская, издатель журнала «Собака» и жена влиятельного бизнесмена, является характерным примером превращения блоггера в авторитетного автора кулинарных книг. Ее блог Belonika (<http://belonika.livejournal.com>), появившийся

в 2008 г., быстро приобрел популярность благодаря эффективно найденной теме и нарративной стратегии. В 2010 г. по его материалам были изданы две книги, сохранившие языковое своеобразие блога, а выпущенная в 2011 г. книга «Про еду. Про Вино. Прованс» несколько недель входила в топ книгопродаж. ЖЖ belonika продолжает свою активную работу и в настоящее время.

Как уже говорилось, для блога как для формы «персонализированного медиа» [М. Кастельс] и наиболее демократичной формы создания индивидуального бренда [В. Портер] важно создание правильного образа говорящего. Архив блога Belonika позволяет проследить, каким образом была найдена эффективная нарративная стратегия, сделавшая блоггера человеком, влияющим, в том числе, и на языковую ситуацию в многотысячном сообществе его читателей.

Современная лингвистика выделяет различные способы воздействия на адресата. Под речевым воздействием мы понимаем воздействие человека на другого человека или группу лиц при помощи речи и сопровождающих речь невербальных средств достижения поставленной говорящим цели [Стернин 2001: 54]. Воздействие направлено на формирование мировоззрения читателя, на создание определенного общественного мнения, на убеждение читателя в правоте авторской позиции [Кожина 2008: 343] и осуществляется с использованием разных коммуникативных стратегий. При изучении речевого воздействия важно учитывать следующие факторы: фактор говорящего, фактор адресата и фактор общения [Стернин 2001: 56].

Роль говорящего является ключевой для понимания механизма создания успешного блога. Существуют два основных образа говорящего, используемых популярными авторами ЖЖ в соответствии с занимаемыми ими позициями в коммуникации: авторитарный блоггер (ставит себя выше своих читателей, императивен), советчик (ставит себя на одном уровне с читателем, он не приказывает, а советует; его мнение может быть оспорено).

Образ говорящего тесно связан с образом адресата — целевой аудиторией и ее запросами. ЖЖ позволяет автору следить за

своими читателями, вступать с ними в двухстороннюю коммуникацию, а комментарии к записям позволяют блоггеру понимать, как стоит трансформировать свою речевую манеру.

Для понимания образа говорящего в блоге важна «Я-тема» автора. «Я-тема» в ЖЖ является ключевой и текстообразующей: авторский блог заведомо субъективен и, вне зависимости от своего содержания, должен создавать определенный образ своего владельца.

Динамичность Я-темы, изменение или трансформация образа автора, его коммуникативной манеры могут сделать блог успешным. Автор соотносит свое поведение и реакцию читателей, методом проб и ошибок находя удачную коммуникативную стратегию и одновременно приучая аудиторию к своей манере изложения. Для успешного автора важно сохранить свой стиль, сделав его приемлемым для аудитории, снизив уровень потенциальной речевой агрессии.

Рассмотрим на примере кулинарного блога Вероники Белоцерковской, как изменение коммуникативной стратегии при сохранении стиля изложения делает автора блога популярным и авторитетным.

Изначально блог Белоники не был демократичен. Это связано со стремлением автора приобрести авторитет путем подчеркивания собственного высокого социального статуса и высокой культуры потребления (*я не очень бы и расстраивалась (нелюбовь абсолютна взаимна), если бы не необходимость два раза в год ездить с мужем и детьми на горнолыжные курорты; нагло отвечает высокомерный пятизвездочный м***к* (здесь и далее из этических соображений обценизмы заменены «звездочками». — Е. Л.) *на рецептин; Мне был заказан столик из гостиницы на одного человека. (Туда еще х** попадешь, бронировать надо дня за три минимум!)*. Часто в ее речи присутствуют лексемы с семантикой «дорогой», «очень дорогой», «редкий», подчеркивающие именно характер потребления (*Не так давно, получая ненавистное такс-фри (и удовлетворяя любопытство таможенника, обнаружилось, что роскошная туфля с бантом у меня присутствует только в одном экземпляре*

(на левую ногу); Со вкусом и богатенько). Также Белоцерковская использует еще один прием речевого воздействия на читателя: косвенную ссылку на авторитетного человека. Например: *«Песто по-генуэзски (лигурийски) оно же — любимая паста Ксении С.»* (близкая подруга Белоцерковской Ксения Собчак. — Е. Л.); *«как знает вся тусовка»*.

В 2008 г. Белоцерковская играла распространенную в то время роль богатой стервозной бизнес-леди: подчеркивала свое богатство, позиционировала себя как очень успешного издателя, отчетливо противопоставляла себя читателям.

ЖЖ Белоцерковской начинался как дневник для записи реакций на окружающие раздражители: *Уважаемый писатель! Вы пишете успешные х****е книжки, а я издаю успешные х****е журналы. С этого и живем*. В соответствии с принятой ролью в постах использовалось большое количество обцененной лексики и распространенных в блогосфере грубых формул: *Текст, с**а, не влезает; Она, падла, дико остра; портить настроение перед Новым Годом — ДИКОО Б*****О И М*****О; детей, которые постоянно пытаются от этого ужаса, инстинктивно, куда нибудь с*****ь; Ёбан...е лыжи*. Употреблялось много слов с уменьшительно-ласкательными суффиксами (*айфоныши, диетыши, рецептыши*) и слов, написанных по старой модели «олбанского языка» (*я звизда, жестокийпеар*).

Первый период существования блога характеризуется большим количеством ответов разным представителям медиа-сферы с переходом на оскорбления, использованием негативно окрашенной оценочной и обцененной лексики (*П*****Ы ПИТЕРСКИЕ, М***К МОСКОВСКИЙ* или *Вэлкам ту Москау. Антону Красовскому, с любовью...; Для начала, он назвал меня п*****й казенного ОРТэшного бабла (то бишь рыло у самой в пуху и нечего госчиновников в своем п*****ко-питерском слове редактора обижать)*...). Белоцерковская остро реагировала на критику, вынося свои профессиональные и личностные конфликты в открытое информационное пространство ЖЖ. Ироничная разговорная манера автора, использование обценизмов и высокая степень экспрессивности

высказывания вызвали доверие адресата и к самому автору блога. Порой грубоватая самоирония Белоники сделала ее «своей» для нескольких тысяч авторизированных пользователей: *«Получила с утра изумительный коммент: **ЖИДОВНЮ ЖИВЬЕМ ЗАЖАРИТЬ! Это что!?** Попробую угадать..., наверное, это — Логопедическое упражнение... — Неа? Тогда, это — Начало нового рецепта.... — Неа? НЕУЖЕЛИ ЭТО ОБО МНЕ!»*.

Тема кулинарии присутствовала в блоге с самого начала. Уже третий пост (16 сентября 2008 г.) озаглавлен «ПРОВАНС или Я ОЧЕНЬ ЛЮБЛЮ ГОТОВИТЬ»)). Гастрономическая тема к тому моменту была уже достаточно популярна, так как в 2000-е она перестает быть средством разделения на «своих» и «чужих». Если в начале 90-х рецепты в глянцевах журналах мод (например, в Elle) воспринимались как приобщение к «иному» типу жизни и новой модели потребления, то 2000-е задают другой вектор подачи информации. Кулинария становится демократичным хобби обычного человека. На Западе появляются первые кулинарные блоги, начинают выпускать кулинарные журналы для непрофессионалов «Афиша-Еда», «Хлеб-Соль». В это же время появляется передача «Едим дома» с Юлией Высоцкой, главной идеей которой становится то, что большинство блюд приготовить может каждый (эту же идею поддерживает и известный западный автор кулинарных книг — повар Джейми Оливер). Для всех «кулинарных гуру» конца 2000-х важно дать конкретную инструкцию приготовления, показать, что это простой и интересный процесс, в котором можно проявить определенную креативность (в рамках заданного рецепта, например, заменить один ингредиент другим (варианты представлены в рецепте)).

Белоцерковская улавливает новую тенденцию. Ее рецепты — подробная инструкция приготовления достаточно редких и сложных блюд, изложенная в привычной для нее разговорной манере: *Неааа! Я ВСЁ понимаю. Все! Ну, там, «Девушка и пони»; А, чо ты на меня смотришь?; Это, что бы Вы понимали, раздел форума — про ЛЮБОВЬ!; Да и хрен ты с ним с темами; то, «нюу взйв», для продвинутых домовладельц*. Ее рецепты начинают собирать

больше комментариев, чем бытовые посты, что свидетельствует о том, что блоггер нашел свою тему и приобрел определенный авторитет.

Уже к концу 2009 г. Белоцерковская позиционирует себя, в первую очередь, как кулинарного блоггера, а не как человека из издательского бизнеса. Ее задачей становится формирование информационного пространства, где бы она была одновременно и учителем-гуру, и подругой-равным собеседником для своих читателей. Необходимо было также «выравнивать» аудиторию людей, находящихся на разных уровнях экономического благосостояния, примирить внутренне социально конфликтную аудиторию. Достижению этой задачи было подчинено сознательное изменение речевой манеры автора блога.

Речевая манера Белоцерковской резко выделялась на фоне других отечественных авторов, пишущих о еде (Ю. Высоцкая, О. Сюткина, Г. Делиренс, Е. Чекалина и др.). Все они в своих кулинарных текстах придерживались нейтрального стиля речи, тяготая к сложным распространенным предложениям, демонстрируя разностороннюю эрудицию и склонность рассказывать о своих семейных делах. Белоцерковская вводит перенесенную из блогов с иной тематикой экспрессивную лексику и грамматику, создает иллюзию «письменной разговорной речи», формируя ощущение равенства между ней и читательницами.

Иллюзия включенности в жизнь автора создается не только сохранением субститутов дома (*кот Борисыч*), но и благодаря тому, что ЖЖ по своей структуре является гипертекстом. Читатель невольно просматривает не только кулинарные рецепты, но и записи о жизни, бизнесе, путешествиях автора. Белоцерковская активно использует фотографии. Так что читатель получает не только письменный текст, но и сопровождающий визуальный ряд.

Гипертекст включает в себя и комментарии аудитории, и реакцию блоггера на них. Стилистическая нейтральность постов последних лет сочетается с экспрессивной реакцией Белоники на поступающие комментарии. В ее ответных репликах, как и в теле основного текста, почти полностью исчезает обценная лексика,

но сохраняются формальные показатели разговорной речи, например фонетическое письмо: *очень многа; Неааа!; А тысячеца... сорри.*

Используя имеющиеся в ее распоряжении возможности посредством «бана» отбирать себе аудиторию, она приучает ее к своей манере выражаться, одновременно корректируя и степень толерантности читателей, и свой речевой радикализм. Стилиевой сплав эвфемизмов, модных ЖЖ-шных словечек, самоиронических реплик и жестких оценок окружающих сохранился у belonika до сегодняшнего дня, но «низкая» лексика, используемая повествователем — автором кулинарных постов, заменена иными графическими средствами (многоотчие, зачеркивания, неполное написание слов) и остраниена неологизмами. Нецензурная лексика изредка появляется только в сопутствующих текстах блога, посвященных рефлексии по поводу окружающего мира (путешествия, работа, бытовые ситуации), но и там ее в основном заменили эвфемизмы типа *яиздатая, хня всякая*.

Представляется, что это верный языковой ход: роль учителя подразумевает дидактичность и нейтральность манеры речи. Белоцерковская вводит в описание кулинарных рецептов живую реакцию повара, используя разговорные лексемы или обороты (*фига с два, кто кинется это готовить*), прием иронии (*Я его даже в борщ клала (о, прости Сырников, традиции жестко хранящий)*). Общая тональность повествования приближается к стилистически нейтральной. Это достигается использованием приема контраста между «спокойствием» кулинарных постов и лихорадочными (многоотчие, восклицательные и вопросительные знаки, скобки, зачеркивания и т. п.) записями о собственных выступлениях, а также резкими инвективами под тэгами «раздражалки» и «ненавижу».

Письменная разговорная речь, формирование вокруг себя нарративизированного мира значимых предметов (например, в блоге появляется особый персонаж — игрушечная жаба Жанна), изменение образа «Я стерва из мира бизнеса» на образ «Я женщина, любящая готовить и обучающая вас это делать» создают новую стратегию «поучительной» литературы, делают книги Вероники

Белоцерковской успешным кулинарным проектом и примером эффективной коммуникативной стратегии отдельного участника блогосферы.

ЛИТЕРАТУРА

Кастельс М. Медиабизнес, медиаконвергенция и конвергенция в журналистике // Мультиконвергенция и мультимедийная журналистика: Материалы к обучающим семинарам / сост. С. Балмаева. Екатеринбург : Изд-во Гуманитарного ун-та, Кабинетный ученый, 2011.

Кожина М. Н. Стилистика русского языка : учебник / М. Н. Кожина, Л. Р. Дускаева, В. А. Салимовский. — М. : Флинта : Наука, 2008.

Левкин А. Сетевое торжество Дарвина // Соль, 28 сентября 2011 [Электронный ресурс]. URL: <http://www.saltt.ru/node/10586>

Портер В. Мультиплатформенная журналистика, работа с комьюнити, персональный бренд журналиста // Мультиконвергенция и мультимедийная журналистика : материалы к обучающим семинарам / сост. С. Балмаева. Екатеринбург : Изд-во Гуманитарного ун-та, Кабинетный ученый, 2011.

Стернин И. А. Введение в речевое воздействие. Воронеж, 2001.

ИСТОЧНИКИ И СЛОВАРИ

Белоцерковская В. Живой журнал [Электронный ресурс]. URL: <http://belonika.livejournal.com>

Лингвистический энциклопедический словарь. [Электронный ресурс]. URL: <http://lingvisticheskiy-slovar.ru>

Пестерева Е. Д.

*соискатель кафедры риторики и стилистики русского языка
Уральского федерального университета*

Видеообращение на веб-сайте: интонационные средства воздействия

Интернет-сайт — одна из важнейших составляющих коммуникаций коммерческих компаний, дающая возможность информировать посетителей сайта о компании, о представленных товарах

и услугах. В течение последних двух лет в деловой Интернет-коммуникации наметилась новая тенденция: специалисты компаний обращаются к посетителям сайта посредством заранее записанного видеоролика, который размещен, как правило, на главной странице ресурса. Они в течение нескольких минут рассказывают о себе, компании, услугах и товарах, которые предлагают приобрести. Цель видеообращения (далее ВО) — привлечение новых и удержание старых клиентов.

В статье рассматривается 32 ВО общей продолжительностью около 93-х минут. Материал получен путем копирования роликов с последующей расшифровкой по методике, принятой на кафедре риторики и стилистики русского языка УрФУ [См.: ЖРУГ 1995]. Мы дифференцировали ВО по следующим аспектам:

1. *Сфера деятельности.* ВО затрагивают сферу банковских услуг (38 %), образовательных курсов (22 %), Интернет-бизнеса (19 %), психологических и разного рода консультационных услуг: целительства (13 %), психологических (6 %), риэлтерских услуг (2 %) и т. п.;

2. *Предметом речи* в ВО становятся оказываемые услуги (50 %), реже — деятельность компаний (16 %), продукты (13 %), а также веб-сайты компаний (13 %). Отдельные ВО посвящены самопрезентации специалистов (8 %).

3. Наиболее частый *способ оказания* описываемых услуг — реальное взаимодействие специалиста и потребителя (банковские клиенты, прослушав ВО, посещают само учреждение). Только 19 % ВО нацелены на продажу товаров и услуг посредством сети Интернет. Например, некоторые специалисты приглашают посетить вебинар (от англ. webinar) — онлайн-конференцию, которая проводится через Интернет в режиме реального времени.

4. *Тип потребителя.* В качестве потребителя может выступать частный клиент, приобретающий товар / услугу для собственного пользования, например психологическую консультацию, обучающие курсы через Интернет (62 %). Корпоративный клиент, например, топ-менеджер, приобретает услуги и товары для

обслуживания своей фирмы. Некоторые ВО ориентированы на широкого адресата.

5. *Тип говорящего.* В 75 % случаев в роли говорящего выступает исполнитель — специалист, который впоследствии напрямую контактирует с потребителями. Реже роль говорящего исполняет топ-менеджер банка или руководитель организации.

ВО является новым жанром Интернет-коммуникации, которая представляет собой коммуникативно-информационную среду, опосредованную электронным коммуникативным каналом. Существенными признаками этой среды являются виртуальность, интерактивность, гипертекстуальность, глобальность, креативность, мозаичность, анонимность и др. [См.: Горошко 2009]. До сих пор исследовались в основном такие Интернет-жанры, как гостевая книга, форум, чат, ICQ, электронная почта, блог [См.: Горошко 2009, Макаров 2005, Данилов 2011, Рогачева 2012, Кубракова 2013 и др.]. Жанры Интернета, сочетающие разные каналы передачи информации, изучены недостаточно.

Среди общих признаков Интернет-коммуникации есть нерелевантные для ВО, например анонимность, поскольку коммуникативно-практическая цель жанра (привлечение и удержание клиентов) подталкивает говорящего к максимальной открытости и установлению доверительного контакта со слушателями. Формат видеоролика повышает потенциал воздействия речевого жанра и придает общению официальный характер, в отличие от многих Интернет-жанров, имеющих развлекательную цель при вторичности информативной.

По жанровым признакам ВО сближается с политическим обращением и рекламным роликом. К потребителям обращается специалист/топ-менеджер компании, побуждая пользоваться услугами/товарами компании и аргументируя целесообразность данного действия. Адресат ВО, как и адресат политического деятеля, свободен в выборе исполнителя услуги. Его выбор напоминает процесс выбора будущего депутата или президента — адресат хочет убедиться в компетентности говорящего. Таким образом, ВО

присущи побудительность, аргументированность, независимость адресата.

Как и в рекламных жанрах, цель говорящего в ВО — практическая: повышение прибыли компании за счет увеличения продаж продукта/услуги. С рекламным роликом ВО сближает опосредованность коммуникации, значительные аудиовизуальные возможности. Таким образом, ВО можно определить как виртуальный жанр, цель которого — побуждение адресата к совершению покупки. Для достижения цели говорящий должен привлечь внимание адресата и объяснить выгоду обращения именно к нему.

Отличительной особенностью ВО является объединение разных каналов передачи информации. Сочетание видео- и аудиоканалов обладает значительным преимуществом по сравнению с традиционным текстовым способом описания товара: звуковая и визуальная составляющие, интонационные элементы (логическое ударение, пауза, мелодика, темп, тембр) и жестомимический код. Интонационные особенности речи помогают конструировать образ говорящего, по ним потенциальные покупатели могут составить представление о личности специалиста, его компетентности и привлекательности. В связи с этим представляется важным выявить воздействующие возможности интонационной составляющей ВО.

Проблема речевого воздействия в современной лингвистике широко изучается [См.: Иссерс 2011, Стернин 2001, Черепанова 1995, Шелестюк 2008]. Речевоздейственными называются тексты, основной прагматической целью которых является не столько передача той или иной информации, сколько оказание воздействия на реципиентов в виде убеждения, внушения и побуждения, целенаправленное достижение адресантом определенных предметных целей, связанных с адресатом, получение чего-либо от последнего [Шелестюк 2008: 110]. Вопрос о воздействии интонационных средств является малоизученным.

О. С. Иссерс отмечает, что эффект воздействия наблюдается при изменении некоторых супraseгментных характеристик: интонации, логического ударения, тембра, скорости речи. Указывается

важная роль ритма и рифмовки, которые помогают выделять и запоминать названия товара путем скандирования стихов-кричалок, выполняющих, «роль шамана, который бьет в барабан» [Иссерс 2011: 155]. По мнению Е. В. Шелестюк, ритмико-интонационные и фоносемантические элементы обладают значительным суггестивным потенциалом. Например, роль ритма «заключается в бессознательной запоминаемости образа текста, рецепторной и двигательной нацеленности реципиента на текст, желании его имитации» [Шелестюк 2008: 169].

В научной литературе по звучащей рекламе освещается вопрос воздействующего потенциала музыки и звуковых приемов, а также голоса [См. Бернадская 2007, Крылова 2008, Фещенко 2003]. Уделяется внимание рекламному звуковому образу и инструментам его создания: тембру голоса, звуковысотности, мелодике и др. Авторы рекламных руководств подчеркивают результативность объединения аудиовизуальных каналов, что способствует возникновению эффекта синестезии: «...именно синестезия как одно из специфических свойств механизма восприятия позволяет утверждать, что звуковой компонент, обращенный к одному из ведущих рецепторов внешней связи — слуху, способен существенно активизировать воздействие рекламного продукта в целом» [Крылова 2008: 97].

В работах С. В. Кодзасова, О. В. Филипповой и др. на материале рекламных роликов, деловой и учительской речи описываются воздействующие возможности отдельных элементов интонации [См.: Кодзасов 2009, ПСРР 1996, Филиппова 2001]. Так, С. В. Кодзасов отмечает, что правильный подбор в рекламных роликах просодических средств (голосовых характеристик, фразовых акцентов, различных типов фонации) помогает привлекать внимание, изменять установку потребителя, вырабатывать положительную эмоциональную оценку, способствует запоминанию: «восходящие акценты на реме имеют функцию активизации внимания и побуждения слушателя к изменениям установок»; «ровнотональное произнесение типично для реплик восхищенного «балдения»; придыхание маркирует высокую степень положительного

и отрицательного аффекта (в рекламе речь идет о восхищении), «расслабленный голос» создает эффект «поглаживания» покупателя и призван закрепить в его памяти атмосферу психологического комфорта; «напряженный» голос создает ассоциацию с силой, независимостью и другими атрибутами мужественности; «приглушенная» фонация (использование пониженного уровня громкости голоса) связана с жанром доверительных сообщений. [См.: Кодзасов 2009: 226].

При описании интонации используются такие акустические параметры, как *интенсивность*, *длительность*, *частота основного тона (высота)* и *спектр*. На основании этих параметров выделяются интонационные элементы: интенсивная группа (логическое ударение, пауза, интенсивность); частотная группа (мелодика, диапазонная высота); темпоральная группа (темп, эмфатическая долгота); спектральный элемент (тембр) [Филиппова 2001: 23]. Объединяясь, интонационные средства образуют устойчивые интонационные модели — *интоны* — комбинации интонационных элементов, закрепленные за определенным значением) [См.: Матвеева 2003].

Опираясь на методику и типологию интоном, предложенную в [Филиппова 2001], мы разбили звучащий текст ВО на сегменты — отрезки речи разной длины, характеризующиеся относительной смысловой независимостью и полученные в результате сегментации текста по правилу сохранения непрерывности речевой цепочки при следовании управляемого компонента за управляющим словом. Были приняты следующие технические обозначения:

Пауза: / — короткая; / — средняя; // — продолжительная.

Логическое ударение: ↑

Интенсивность: _ _ _ _ — слабая; _____ — сильная.

Мелодика: ↗ повышение тона; ↘ понижение тона.

Диапазонная высота: △ верхняя; ⊕ верхняя для всего сегмента до паузы; ▽ нижняя; ⊖ нижняя для всего сегмента до паузы.

Темп: ⇐⇐⇐ замедленный; ⇐⇐⇐⇐⇐⇐ замедленный для всего сегмента до паузы.

⇐⇐⇐⇐⇐⇐ ускоренный; ⇐⇐⇐⇐⇐⇐⇐⇐ ускоренный для всего сегмента до паузы.

Лабializedность («огубленность») тембра: ●, ⊙ для всего сегмента до паузы.

Эмфатическая долгота: ā

Интонома радости: ~~~~~

Интонома удивления: ○○○○○○

Интонома эмпатии: ●●●●●●●●●●

Было выделено несколько типов интоном, среди которых *интеллектуальные интоны*. Они выполняют логическую функцию: определяют границы речевых отрезков в звучащей речи (*интонома актуального членения*), отношения между ними (*интонома связи*), подчеркивают важное (*интонома важности*), указывают на вопросительный (*интонома вопроса*) или утвердительный характер высказывания (*интонома утверждения*).

Действенным средством воздействия являются *интоны важности*. Они выполняют задачу привлечения внимания к наиболее значимой информации и способствуют лучшему запоминанию. Важное выделяется разными способами: замедлением темпа, увеличением интенсивности (силы произнесения), изменением диапазонной высоты (изменение основного тона по отношению ко всему диапазону голоса), повышением или понижением мелодического тона, которое происходит, как правило, на одном слове. Указанные способы могут объединяться. При помощи интоном важности оформляются название товара/услуги, самопрезентация говорящего (сегмент интономы выделен п/ж):

↑ ↗

1) Большой популярностью среди наших клиентов / пользуется
 △ ↗ △ ↑ ↘
депозит / «Бизнес-ритм» //

2) Сегодня я рад представить вам / уникальный проект
Уральского банка реконструкции и развития / новый
Интернет-портал //.

Интонаемы важности подчеркивают преимущества предлагаемого для потенциальных клиентов:

3) Его главным преимуществом / является возможность
досрочного расторжения депозитного договора / с начислением
процентов по выгодной ставке //;

4) ...только опытный специалист / работающий на рынке
недвижимости / обладает уникальным / и ежедневно
обновляемым знанием о том где купить что купить за сколько
купить ... //;

При перечислении преимуществ иногда используется *пословное акцентирование*: оно создается путем выделения каждого слова логическим ударением, интенсивностью, замедленным темпом и паузами:

▽ ↑ ↗ ↑ ▽

5) Видеокурс «Леди-оратор» / созданный мною / женщиной /
специально для женщин / учитывает наши / женские
особенности //;

По замечанию С. В. Кодзасова, пословное акцентирование позволяет достичь особого риторического эффекта, который подчеркивает высокую информационную значимость в глазах говорящего и становится средством риторического давления на слушающего [Кодзасов 2009: 201].

Таким образом, при помощи *интоном важности* говорящий акцентирует внимание на информации, необходимой для рекламного воздействия сообщения: название товара/имя специалиста, преимущества предложения.

Волюнтаривные интономы являются средством управления вниманием слушателя, придают речи побуждающий тон. Обычно выражают совет, приказ, призыв и просьбу. Отличаются высокой диапазонной высотой, увеличенной интенсивностью (в случае приказа), волнообразной мелодикой (восхождение и нисхождение тона) и лабиализованностью («огубленностью») произношения, что создает эффект «ласкового» тембра (в случае просьбы).

Просьба выражается при помощи волнообразной мелодики, высокой диапазонной высоты, лабиализованного характера тембра:

6) Милые девушки / дорогие женщины / прочитайте
пожалуйста информацию которая находится ниже моего
обращения / и отметьте галочкой те / вопросы которые

↑ ↘
являются для вас актуальными //;

● ⊕ ↑ ⊕ ↑ ↗
7) Пожалуйста / задавайте вопросы / помогите мне / быть
↑ ↘
максимально полезным для вас //;

Совет оформляется при помощи высокой диапазонной высоты на глаголах в повелительном наклонении:

↑ ↗
8) Если вы уже готовы / сделать первый шаг к решению своих
↗ Δ ↑ ↘
проблем / запишитесь на первичную консультацию //;

↑ ↗ ↑ ↗
9) Если вы предполагаете / что ваши накопления будут расти /
Δ ↑ ↑ ↘
выберите депозит с возможностью пополнения «Копилка» /

Призыв представляет собой лаконичную, легко запоминающуюся фразу, которая выражает суть рекламного сообщения и побуждает к действию. Используется в большом количестве ВО (75 % видеороликов). Призыв получает особое интонационное оформление: высокая диапазонная высота сочетается с интенсивным произношением глагола в повелительном наклонении; важнейшим признаком является восклицательный характер сегмента и наличие восходящего тона на реме сообщения. С. В. Кодзасов указывает на *множественный восходящий тон*, который может быть представлен в двух отдельных словах ремы или внутри одного слова. «Восходящие акценты на реме имеют функцию активизации внимания

и побуждения слушателя к изменениям установок» [Кодзасов 2009: 226].

⊕ ↑ ↗ ↑ ↗
10) Узнайте о возможностях кредитования вашей компании /
⊕ ↑ ↗
здесь на сайте и прямо сейчас!

⊕ ↑ ↗ ↗
11) Воспользуйтесь программой лояльности / в лояльном
↑ ↘
к вам банке!

Δ ↑ ↗ Δ ↑ ↗
12) Заходите! / Пользуйтесь! //

Интонаема призыва помогает оформлять третью значимую часть сообщения в цепочке «название товара — преимущества — побуждение».

Интонаемы приказа, которые оформляются при помощи резкого падения тона на глаголах в повелительном наклонении и увеличенной интенсивности, в исследуемом материале отсутствуют. Очевидно, это связано с недопустимостью категоричного навязывания услуги адресату в подобных жанрах.

Эмотивные интонаемы служат для выражения эмоций: радости, гнева, печали, стыда, равнодушия, удивления, нежности, испуга, презрения, обиды и под. Для каждой эмоции характерен особый набор интонационных признаков. Так, *интонаема радости*, которая используется в ВО, помогает говорящему выразить эмоции «радости» за клиентов, имеющих возможность воспользоваться новой услугой, предложением. Характеризуется скачущей мелодикой, повышенным тоном, увеличенной длительностью одного или нескольких звуков в слове (эмфатической долготой), «светлым» и «теплым» тембром голоса:

13) Сейчас оформление кредита стало намного проще //;

14) Мы подготовили самый сильный тренинг / первой половины
этого года / это «Быстрые деньги в инфобизнесе» наша самая
любимая тема //;

Интонаема удивления отличается большой изменчивостью мелодики, которая имеет восходяще-нисходящий характер, иногда — придыхательный тембр. В ВО используется при передаче чужой речи:

15) Когда они это делали / все крутили у виска / говорили: «Ты сумасшедший / ты слышал каких-то двух людей в Интернете / ты их ни разу не видел / два голоса заговорили из твоих динамиков / и ты бросил работу / и ты пошел заниматься непонятно чем / и вообще как ты мог вписаться в это! //.

К эмотивным интонемам можно отнести *интонемы сочувствия*, или *эмпатии*, которые помогают говорящему выразить свое расположение и внимание к клиенту, готовность помогать. Используются при описании проблем клиентов. Характеризуются замедленным темпом речи, низкой диапазонной высотой, «теплым» тембром голоса. Таким образом, создается впечатление интимного доверительного контакта, говорящий как бы сообщает слушателю: «Я понимаю твои трудности и готов тебе помочь».






16) Если у вас проблемы в семье / в отношениях с людьми /
если вы находитесь в депрессии / если вы испытываете боль от
утраты близких людей / если вы хотите изменить ситуацию /
но не знаете, с чего начать / вы на правильном сайте //;

17) Бывает мужей из семьи уводят / возвращают / бывает что-то / у любимых в отношениях не ладится / соединяю //.

Как правило, интонемы эмпатии используют специалисты, которые напрямую общаются с клиентами: психологи, тренеры, банковские специалисты и др. Ключевой мотив потребителя при выборе такого специалиста — доверие, появлению которого способствуют интонемы эмпатии.

Используемые в речи эмотивные интонаемы напрямую отражают эмоциональное состояние человека, его отношение к предмету речи, отношение к слушателям, веру в собственные слова. При отсутствии достаточного контроля этого аспекта речи может быть передана нежелательная информация (например, эмоция радости во фразе без скачущей восходящей мелодики может быть воспринята как равнодушие).

Изобразительные интонаемы обычно служат для описания физических свойств явлений. Подобные единицы обладают значительным воздействующим потенциалом: они влияют на слуховое и зрительное восприятие, на воображение человека, тем самым помогают ярче описать предмет речи, передать его характеристики, представить его наглядно. В ВО говорящие чаще делают акцент на «большие размеры» и «большое количество». Это удается передать с помощью низкой дипазонной полосы, эмфатического выделения ударных гласных («океан») и замедленного темпа:

- 18) На нашем сайте вы найдете  огромное количество / море /
 просто океан информации... //;

- 19) Очень интересное и оригинальное название / которое
 включает в себя огромное общество женщин //.


Изобразительные и эмотивные интонаемы помогают установить неформальный эмоциональный контакт со слушателями. Даже в компетентном специалисте потребитель хочет видеть «живого» человека, которому не чужды эмоции. Полное устранение экспрессивных и эмотивных интоном обедняет стиль говорящего.

Таким образом, в жанре ВО выделяются основные интонационные модели, которые помогают достигать коммуникативную

цель: интонаемы важности, эмпатии и призыва. Они способствуют донесению ключевой информации, установлению доверительного контакта с адресатом и придают речи побудительный характер.

Видеообращение — это новый жанр Интернет-коммуникации, в котором впервые в истории коммерческих коммуникаций бизнесменам предоставляется возможность выступать перед массовой аудиторией. Технические возможности сети Интернет позволяют специалистам многочисленных компаний лично раскрыться для большого количества публики, однако это обязывает. Осознанное использование интонационных средств в ВО значительно повышает эффективность данного речевого жанра и позволяет достичь поставленных целей говорящему.

ЛИТЕРАТУРА

- Анисимова Т. В., Гимпельсон Е. Г. Современная деловая риторика. — М. : Воронеж, 2004.
- Бернадская Ю. С. Звук в рекламе : учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности 032401 (350700) «Реклама» / Ю. С. Бернадская. — М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2007.
- Брызгунова Е. А. Практическая фонетика и интонация русского языка : Изд-во Московского университета, 1963.
- Горошко Е. И. Интернет-жанр и функционирование языка в Интернете: попытка рефлексии // Жанры речи. Вып. 6. Жанр и язык. Саратов, 2009.
- Данилов С. Ю. Пиар-блог: речежанровая структура текста. Материалы исследования. Сагра 2011. — СПб. : САГА, 2011.
- ЖРУГ Живая речь уральского города: Тексты. — Екатеринбург : Изд-во Урал. ун-та, 1995.
- Иссерс О. С. Речевое воздействие : учеб. пособие для студентов, обучающихся по специальности «Связи с общественностью». — 2-е изд. — М. : Флинта : Наука, 2011.
- Кодзасов С. В. Исследования в области русской просодии. М. : Языки славянских культур, 2009.
- Крылова А. В. Звук в рекламе : учеб. пособие / А. В. Крылова. — Ростов н/Д : Феникс, 2008.
- Кубракова Н. А. Коммуникативный гедонизм в жанре чат Интернет-коммуникации : автореф. дис. ... канд. филол. наук. — Саратов, 2013.

Макаров М. Л. Жанры в электронной коммуникации: quo vadis? // Жанры речи. — Саратов : Изд-во ГосУНЦ «Колледж», 2005. — Вып. 4. Жанр и концепт.

Матвеева Т. В. Полный словарь лингвистических терминов / Т. В. Матвеева. — Ростов н/Д : Феникс, 2010.

Матвеева Т. В. Учебный словарь: русский язык, культура речи, стилистика, риторика / Т. В. Матвеева. — М. : Флинта : Наука, 2003.

Николаева Т. М. Семантика акцентного выделения. Изд. 3-е. — М. : Книжный дом «ЛИБРОКОМ», 2010.

ПСПР Просодический строй русской речи / Институт русского языка РАН. М., 1996.

Рогачева Н. Б. Новые приоритеты в русском интернет-общении: на материале жанра блога // Жанры речи. Саратов, 2007.

Стернин И. А. Введение в речевое воздействие. Воронеж, 2001.

Фещенко Л. Г. Структура рекламного текста : учеб.-практич. пособие. — СПб. : Изд-во «Петербургский институт печати», 2003.

Филиппова О. В. Профессиональная речь учителя. Интонация : учеб. пособие / О. В. Филиппова. — Москва : Флинта : Наука, 2001.

Чабан Т. Ю. Призыв. Просьба. Совет // Культура русской речи: Энциклопедический словарь-справочник / под ред. Л. Ю. Иванова, А. П. Сковородникова, Е. Н. Ширяева и др. — М. : Флинта : Наука, 2003.

Черемисина-Ениколопова Н. В. Законы и правила русской интонации : учеб. пособие. — М. : Флинта : Наука, 1999.

Черепанова И. Ю. Дом колдуньи. Начала суггестивной лингвистики : [в 2 ч.] / И. Ю. Черепанова ; [науч. ред. Л. Н. Мурзин]. — Пермь : Изд-во Перм. ун-та, 1995.

Черепанова И. Ю. Заговор народа. Как создать сильный политический текст. М. : КПС+, 2002.

Шелестюк Е. В. Речевое воздействие: онтология и методология исследования. Челябинск : ООО «Энциклопедия», 2008.

Соболева М. В.

магистрант I-го курса

Уральский федеральный университет

«Я-концепция» и «имидж» как два аспекта проявления личности говорящего*

Один из важнейших аспектов антропологической лингвистики — изучение образа говорящего, а также описание языковых способов проявления его «Я» в тексте. Личность говорящего в тексте может проявляться в различных формах. Она может реализовываться в тексте за счет речевой стратегии самопрезентации, которая может выступать в виде я-концепции (неосознанной совокупности представлений человека о самом себе) или в виде речевого имиджа (стратегически выстроенной системы с целью воздействия на аудиторию, осознанной тактики, имеющей прагматическую цель). Самопрезентация — это универсальная константа диалога, категория, которая проявляется всегда вне зависимости от целеустановок автора текста. Личность говорящего в его речи все равно проявляется неосознанно, даже если нет такой цели.

Понятие **я-концепции** тесно соотносится с психологией, и представляет собой динамическую систему представлений человека о самом себе, в которую входит как собственно осознание своих физических, интеллектуальных и других качеств, так и самооценка, а также субъективное восприятие влияющих на данную личность внешних факторов.

Речевой имидж — это способ речевого воздействия на читателя с целью передачи ему информации о личности говорящего.

Учебный словарь русского языка под редакцией Т. В. Матвеевой определяет **имидж** как образ лица, организации, вещи, осознанно создаваемый с целью достижения социального успеха, влияния в обществе [Матвеева, 2003: 89]. Он выстраивается

* Работа выполнена при финансовой поддержке государства в лице Министерства образования и науки РФ (проект «Многоречие в социокультурном пространстве современной России». Соглашение № 14.А18.21.0273).

с позиций психологического воздействия на людей. Имидж личности создается, в частности, речью самого человека: соответствие применяемых им языковых средств, приемов, речевого поведения в целом той общей идее, которая центрует задуманный образ.

Имидж не должен противоречить подлинному интеллектуальному и психологическому облику человека (расхождение будет замечено и сведет на нет воздействие на аудиторию), он должен, в норме, усилить значимые для социального успеха черты и сгладить, затушевать то, что способно вызвать отрицательную реакцию или разочарование аудитории.

Говорящий, как правило, дает свой собственный портрет в ходе диалога при помощи речи, поведения: то, о чем он говорит, каких позиций придерживается, насколько он аналитичен, эмоционален, открыт, склонен к юмору и т. д.

Генетически феномен имиджа восходит к искусству речи. Точный перевод с английского языка — «образ» — не объясняет сути этого понятия и заставляет обратиться к риторике.

Самоподача является неотъемлемой частью риторической ситуации, создаваемой автором. Через риторическую ситуацию он решает актуальную для него коммуникативную задачу. Представление о риторической проблеме ставит автора перед необходимостью моделирования риторической ситуации и ее составляющих: образа автора, образа аудитории, сообщения, канала связи, помех и т. д.

Отметим прямую зависимость образа автора от образа аудитории. Автор создает свою аудиторию как некую фикцию, предполагая ее уровень знаний, отношение к предмету речи и оратору. Аудитория может определять степень свободы автора в выборе между я-имидж и я-настоящее: знакомая аудитория требует, чтобы самоподача автора определялась реальными качествами личности (иначе нарушается условие искренности), незнакомая — позволяет использовать «маску», конструировать образ автора.

Речевой имидж — это способ речевого воздействия на аудиторию с целью передачи информации о личности говорящего. Имидж — не «Я» настоящее. Имидж создается путем передачи

я-смыслов адресату. Я-смысл строится по модели: я + оценочное суждение, характеристика (я хороший). Я-смыслы возникают за счет самоидентификации и самооценки говорящего, где самооценка может быть проявлена как явно, так и неявно, а самоидентификация дается через референтную группу. Самоидентификация выражает не качество и не оценку (талантливый, способный), она выявляется в результате соотношения «себя» (личности говорящего) с определенной референтной группой, т. е. такой группой, к которой он хочет принадлежать и оценкой участников которой он дорожит, несмотря на истинный характер этой оценки.

«Стратегия самопрезентации, понимаемая как стратегия формирования собственного имиджа, воздействия на аудиторию через образ «Я», формируется речевыми поступками с характерными тактиками трансляции позитивной оценки собственной личности. Они позволяют судить о том, какие качества, приписываемые себе, говорящий считает положительными и заслуживающими социального одобрения, т. е. способными расположить аудиторию в его пользу» [Борисова 2009: 280].

Имидж можно рассматривать двояко: как специально выстроенный, стратегически продуманный образ с одной стороны и как впечатление, которое человек хочет создать у публики.

Я-настоящее формирует доверие к автору, я-имидж моделирует для него роль, которую автор считает подходящей для данной ситуации, для аудитории, темы и других элементов риторического контекста. Когда мы оцениваем ум, искренность, компетенцию автора, мы анализируем я-настоящее. При этом мы предполагаем реального автора и ищем изменения, которые претерпевает он в связи с риторической ситуацией. Когда мы рассуждаем о роли (или ролях), которые автор создал для самого себя («патриот», «хозяин», «душка»), мы анализируем я-имидж говорящего.

В этом случае мы предполагаем возможность трансформации и ищем реального автора, желая определить мотивы его риторической стратегии и тактики.

Вполне естественно, что оба механизма самоподачи взаимодействуют, поскольку социально обусловлены и требуют

приспособления дискурса к аудитории. Поэтому нецелесообразно рассматривать я-имидж и я-настоящее как оппозицию. Понятие имиджа не исключает, а напротив, предполагает динамику в соотношении реальных качеств личности (которые по воле автора оказываются в фокусе общественного внимания) и смоделированных. Опытные риторы используют широкий спектр тактик, чтобы создать образ оратора, наиболее эффективный в области воздействия на конкретную аудиторию. Семантика риторического текста, конструирующая имидж автора, формируется за счет определенных лингвистических ресурсов.

Понятия я-концепции и имиджа соотносительны, но описывают одно и то же явление с различных сторон. И то, и другое есть проявление «Я», личности говорящего. Но термин имидж подчеркивает аспект воздействия «Я» на аудиторию, аспект восприятия «Я» адресатом. Термин я-концепция подчеркивает аспект самоидентификации, самооценки говорящего. Но так или иначе образ говорящего выражен в тексте за счет слов и языковых категорий.

ЛИТЕРАТУРА

- Балли Ш.* Французская стилистика. — М. : 1961. — 394 с.
- Бернс Р.* Развитие Я-концепции и воспитание / пер. с англ. — М. : Прогресс, 1986. — С. 30–66.
- Борисова И. Н.* Я и другой // Отражение событий современной истории в общественном сознании и отечественной литературе (1985–2000) : Материалы науч.-практ. конф. 27–28 октября 2009 г. — С. 276–305.
- Дридзе Т. М.* Язык и социальная психология. — М. : Высш. шк., 1980. — 223 с.
- Иссерс О. С.* Стратегии и тактики русской речи. — Изд. 5-е, М. : 2008. — 288 с.
- Кожина М. Н.* Стилистика русского языка : учебник / М. Н. Кожина, Л. Р. Дускаева, В. А. Салимовский. — М. : Флинта : Наука, 2008. — 464 с.
- Леонтьев А. А.* Функции и формы речи // Основы теории речевой деятельности / отв. ред. А. А. Леонтьев. — М. : Наука, 1974. — С. 241–254.
- Матвеева Т. В.* Функциональные стили в аспекте текстовых категорий: Синхронно-сопоставительный очерк. — Свердловск : Изд-во Урал. ун-та, 1990. — 172 с.

Узнадзе Д. Н. Психологические исследования. — М. : Наука, 1966. С. 140–152, 164–169, 180–183.

СЛОВАРИ

- Матвеева Т. В.* Учебный словарь русского языка. Культура речи, стилистика, риторика. — М. : Флинта : Наука, 2003. — 431 с.
- Ушаков Д. Н.* Толковый словарь русского языка : в 4 т. / под ред. Д. Н. Ушакова. Т. 1. М., 1935; Т. 2. М., 1938; Т. 3. М., 1939; Т. 4. М., 1940.